
Н. Геген
ПСИХОЛОГИЯ МАНИПУЛЯЦИИ И ПОДЧИНЕНИЯ
ПИТЕР

Nicolas Guéguen

PSYCHOLOGIE
DE LA MANIPULATION
ET DE LA SOUMISSION

DUNOD

Н. Геген

ПСИХОЛОГИЯ МАНИПУЛЯЦИИ И ПОДЧИНЕНИЯ



Москва · Санкт-Петербург · Нижний Новгород · Воронеж
Ростов-на-Дону · Екатеринбург · Самара · Новосибирск
Киев · Харьков · Минск
2005

ББК 88.5
УДК 316.46
Г27

Геген Н.

Г27 Психология манипуляции и подчинения. — СПб.: Питер, 2005. — 203 с.: ил.

ISBN 5-94723-586-2

Цель данной книги — описать процедуры манипуляции и подчинения, которые уже около 80 лет являются объектом научных исследований в социальной психологии. Автор объясняет, благодаря каким психологическим механизмам мы подчиняемся сами или подчиняем себе других. Этот труд предназначен для специалистов, студентов, изучающих психологию, а также всех, кто интересуется проблемами социальной психологии.

ББК 88.5
УДК 316.46

Оглавление

Глава 2. Добровольное подчинение

Введение

Для начала я предлагаю вам несколько вопросов для самопроверки.

1. Согласились бы вы воздействовать электрошоком в 450 вольт[1] на человека, который лично вам ничего не сделал, а просто допустил ошибку при воспроизведении списка слов?
2. Согласились бы вы продолжать подвергаться воздействию ультразвука, зная, что можете потерять слух?
3. Полагаете ли вы, что медсестры могут дать пациентам, за которых они несут ответственность, лекарство в опасно завышенной дозировке только потому, что некий человек, назвавшись врачом, приказал им это по телефону?
4. Считаете ли вы, что легко согласились бы в следующую пятницу сопровождать юных правонарушителей в зоопарк, если бы вас об этом попросил незнакомый вам человек?
5. Считаете ли вы, что заядлые курильщики согласились бы лишить себя табака на восемнадцать часов за незначительное вознаграждение?
6. Считаете ли вы, что можете зайти в магазин и купить определенный товар только потому, что стоящий у входа человек, рекламирующий этот товар, слегка коснулся вашего плеча?
7. Считаете ли вы, что скорее согласитесь участвовать в социологическом опросе, если исследователь будет одет в строгий костюм с галстуком?
8. Считаете ли вы, что скорее согласитесь подвезти голосующего на дороге, если он пристально посмотрит вам в глаза?

На все эти вопросы большинство людей решительно ответят «нет», но не будьте так в себе уверены. Современные социально-психологические исследования показывают, что мы далеко не всегда контролируем свое поведение и ежедневно сталкиваемся с факторами влияния, кажущимися совершенно безобидными, но серьезно влияющими на наши действия. Помимо этого, все мы сами используем техники влияния, в большинстве случаев не отдавая себе в этом отчета.

Данная книга посвящена подобным психосоциальным техникам влияния на поведение. Я приведу большое количество экспериментальных данных, свидетельствующих о том, как легко манипулировать людьми, и попробую раскрыть психологические механизмы манипулирования. Я надеюсь, что знание этих механизмов поможет вам противостоять попыткам управлять вами с целью вынудить вас к тем или иным негативным действиям. В то же время мы увидим, что все эти техники могут использоваться как во зло, так и во благо: с помощью одной и той же техники можно вымогать у людей деньги, заставлять их покупать ненужные им вещи и в то же время побуждать людей экономить электричество, сортировать мусор в интересах охраны природы и т. п. Ни одна из таких техник сама по себе не несет никакой моральной нагрузки, вопрос в том, какие цели ставит перед собой манипулятор. К тому же ни одна из этих техник не лишает нас свободы выбора.

---

[1] Далее — В.

Глава 1

Подчинение власти

Я наблюдал, как в лабораторию вошел бизнесмен, уравновешенный и уверенный в себе. Меньше чем за 20 минут его довели до жалкого состояния: у него появились тики, он был на грани нервного срыва. Он все время дергал себя за мочку уха и заламывал руки. В какой-то момент он сжал кулак, оперся о него головой и пробормотал: «Боже, сделай так, чтобы они прекратили это!» Но тем не менее он продолжал выполнять команды экспериментатора, подчиняясь ему до конца эксперимента.

С. Милграм

Как далеко может завести человека подчинение? Все мы не раз слышали о том, как те или иные военнослужащие, у себя дома — добрые сыновья и хорошие отцы семейств, совершали зверства против мирного населения, выполняя преступный приказ. При этом в большинстве случаев выясняется, что их агрессия не была ответной. Почему так происходит? Проявляется ли здесь звериная часть человеческой натуры или во всем виноваты обстоятельства?

Социальные психологи давно задаются вопросом о том, что такое подчинение и каковы его механизмы. Уже в 1924 г. Ланди в своих исследованиях эмоционального восприятия смог заставить 71% испытуемых обезглавить живую крысу или по крайней мере присутствовать при такой «операции», проводимой экспериментатором. Это доказывало, что власти экспериментатора вполне достаточно, чтобы сломить волю сопротивляющегося индивида.

Такого рода исследования, безусловно, представляют интерес, хотя изученные виды поведения были далеки от проблемных. Самые важные работы здесь те, которые показывают, как далеко нас может завести обладание чисто символической властью. В данной главе мы будем упоминать работы, посвященные только проблемным действиям, т. е. тем, которые большинством людей признаются как аморальные. Эти труды имеют большое значение для гуманитарных и социальных наук, поскольку они высветили то давление, которое оказывает контекст на человека, вынужденного в нем действовать. Разумеется, мы не опровергаем того, что индивидуальные факторы играют роль при проблемном поведении. Но когда действия, от которых физически или психически страдают другие люди, совершаются обычными людьми, примерными семьянинами и хорошими работниками, мы обязаны допустить, что в нашей деятельности могут присутствовать моменты, которые заставят других совершить социально неодобряемые действия.

Парадигма Милграма

Огромный вклад в исследование психологии подчинения внес американский ученый Стэнли Милграм, труды которого остаются одними из глубочайших исследований данного вопроса и по сей день. Поэтому первую главу книги следует начать с рассмотрения его работ. Эксперименты Милграма показывают, что многие аспекты человеческого поведения легко могут быть контролируемы и инициируемы извне.

Первый эксперимент

В 1963 г. Стэнли Милграм опубликовал в *Journal of Abnormal and Social Psychology* результаты своего первого экспериментального исследования, проведенного в Йельском университете. Эта публикация стала отправной точкой для исследований подчинения власти. Бóльшая часть дальнейших изысканий как самого Милграма, так и его последователей основывается на методологии этого первого опыта. Давайте детально его рассмотрим.

Субъекты эксперимента. Группа испытуемых включала сорок человек (20% в возрасте 20–29 лет, 40% — между 30–39 годами и 40% — между 40–50 годами) с различным уровнем образования (от тех, кто ограничился только начальной школой, до докторов наук), различных профессий (продавцы, преподаватели средней школы, служащие почты, инженеры, рабочие), ответивших на объявление, опубликованное в местной прессе и содержавшее приглашение участвовать в исследовании за вознаграждение в 4,5 доллара. О характере исследования (необходимость воздействовать на другого человека электрическим током) в объявлении не сообщалось.

Прием испытуемых. Работа проводилась в хорошо оборудованной лаборатории Йельского университета, что создавало у испытуемых впечатление, будто они участвуют в солидном и официально одобренном исследовании. Два сотрудника играли каждый свою роль: один — строгого экспериментатора, представителя власти, другой — более раскрепощенного человека, якобы тоже добровольца для участия в опытах. Когда испытуемый, который записался на встречу, чтобы участвовать в эксперименте, ждал в приемной, входил второй сотрудник и представлялся таким же добровольцем. После этого входил первый и сообщал, что они будут участвовать в эксперименте по влиянию наказания на обучение человека. Он добавлял, что, поскольку таких исследований еще не проводилось, о позитивном или негативном характере этого влияния ничего не известно. После этого экспериментатор объявлял, что один из испытуемых будет исполнять роль учителя, а второй — ученика, и предлагал бросить жребий. На самом деле жребий был подтасован таким образом, чтобы испытуемому всегда приходилось играть роль учителя. После этого экспериментатор приглашал испытуемого и ассистента в смежную комнату, где ассистента привязывали к креслу и закрепляли электрод на запястье. Испытуемому сообщали, что генератор тока находится в соседней комнате и что хотя воздействие тока может быть весьма болезненным, оно не может привести к серьезным последствиям.

Комната для обучения. После этого экспериментатор и испытуемый оставляли ассистента-«ученика» и отправлялись в смежную комнату. Экспериментатор объяснял испытуемому, что его задача состоит в том, чтобы заставить «ученика» выучить список пар слов. Испытуемый должен был прочесть «ученику» серию пар слов, а затем — одно слово из каждой пары с четырьмя вариантами правильного ответа. «Ученик» должен был указать среди четырех слов то, которое соответствует недостающему в паре слову. Ответ он должен был сообщать, нажимая на клавиши, связанные со световым табло перед испытуемым.

Генератор тока. Генератор тока имел переключатели в диапазоне от 15 до 450 В с шагом в 15 В. Переключатели были разбиты на группы, по четыре в каждой. Под группами было подписано: «слабый удар», «средний удар» и т. д., «очень сильный удар», «опасно: сильнейший удар», два последних переключателя помечены «XXX»). При каждом переключении вспыхивала лампочка, щелкало реле и звучал зуммер. Кроме того, чтобы испытуемый мог оценить напряжение, он получал разряд в 45 В (третий переключатель из тридцати).

Экспериментатор просил испытуемого воздействовать на «ученика» током каждый раз, когда тот совершал ошибку. Он также информировал испытуемого о том, что интенсивность ударов током должна возрастать по мере того, как «ученик» продолжает совершать ошибки. Он добавлял, что прежде, чем послать ток, испытуемый должен громко сообщать о количестве вольт.

Приказы власти. После стадии чтения и обучения начинался собственно эксперимент. В первой серии из десяти слов «ученик» допустил семь ошибок и получил не более 105 В (средний удар). Затем экспериментатор дал второй лист испытуемому и информировал его о том, что когда он дойдет до конца, то должен начать сначала и давать электрический ток до тех пор, пока «ученик» не выучит десять пар без ошибок. Он прибавлял, что испытуемый должен начинать с 15 В и увеличивать напряжение на один шаг каждый раз, когда «ученик» совершает ошибку.

Тогда начинался непосредственно опыт и «ученик» (который, естественно, не получал ударов током) совершал ошибки согласно заранее поставленной и выученной процедуре. По причине звукоизоляции между комнатой «ученика» и комнатой «учителя» испытуемый не мог слышать протестов «ученика». Применив 300 В, учитель начинал слышать, как «ученик» дергается на стуле и стучит по полу. Начиная с этого порога на световом табло переставали появляться ответы. Так как испытуемый спрашивал, что нужно делать, экспериментатор говорил ему, что следует рассматривать отсутствие ответа как неправильный ответ и продолжать увеличивать напряжение. После 315 В все звуки из комнаты «ученика» прекращались.

Испытуемый поворачивался к экспериментатору и спрашивал, что делать. Тот давал стандартный ответ, соответствующий протоколу оправданий, подготовленных заранее. Этот протокол содержал четыре фразы:

1. «Пожалуйста, продолжайте».
2. «Условия эксперимента требуют, чтобы вы продолжали».
3. «Чрезвычайно важно, чтобы вы продолжали».
4. «У вас нет другого выбора, вы должны продолжать».

Фразы произносились последовательно. Каждые новые колебание или вопрос испытуемого экспериментатору влекли за собой повторение последовательности

с начала. Если испытуемый отказывался продолжать после четвертой фразы, опыт прерывался. Также были заранее предусмотрены другие замечания в зависимости от типа вопросов испытуемого. Таким образом, когда испытуемый спрашивал, какому риску подвергается «ученик», экспериментатор отвечал, что воздействие может быть болезненным, но вреда «ученику» не причинит. Если испытуемый утверждал, что «ученик», без сомнения, не хочет продолжать, экспериментатор говорил ему, что, даже если это не нравится «ученику», нужно продолжать до тех пор, пока «ученик» не усвоит правильно список слов. В обоих случаях экспериментатор требовал от испытуемого продолжения работы, повторяя при необходимости последовательность фраз.

Степень подчинения испытуемого определялась по тому, какое количество вольт было последним. Только тот испытуемый, который шел до конца (последний и 13-й переключатель), оценивался как послушный. Процесс записывался и фотографировался при помощи одностороннего зеркала. В некоторых случаях поведение «учителя» оценивалось несколькими наблюдателями. После окончания эксперимента испытуемый отвечал на различные, открытые и закрытые, вопросы.

Результаты. Результаты данного эксперимента потрясли исследователей и общественное мнение (рис. 1.1). Судите сами, из сорока человек, принадлежащих ко всем социопрофессиональным категориям, пожелавших пожертвовать своим временем для науки и познания человеческой памяти:

- все испытуемые дошли до 285 В (предпоследний переключатель категории «сильный удар»);
- 12,5% испытуемых остановились на 300 В (последний переключатель категории «сильный удар»);
- 20% испытуемых остановились на уровне между 315 и 360 В (последний переключатель — категории «очень сильный удар»), а именно — половина из них остановились на 315 В (после того, как «ученика» больше не было слышно);
- только один испытуемый остановился на уровне между 375 и 420 В (категория «опасно: сильнейший удар»);



Рис. 1.1. Кривая подчинения в парадигме Милграма

- остальные 65% дошли до конца (435 и 450 В — категории, помеченные «XXX»).

При анализе этой кривой становится очевидно, что долгое время все испытуемые послушно следовали указаниям экспериментатора. Только начиная с двадцатого переключателя (300 В) некоторые испытуемые начинали проявлять непослушание. Это не удивительно, если вспомнить, что с этого момента ученика становилось слышно. Число неповинующихся экспериментатору возрастало, когда на световом табло переставали появляться какие-либо ответы.

И всё же все дошли почти до 300 В, а 65% — до 450 В

Возможно, кто-то, ознакомившись с этими результатами, скажет вам, что не удивлен произошедшим, что люди как были варварами, так и остались ими, что в нас говорят жестокие инстинкты, которые никуда не исчезли и в современном обществе. Мы не будем полемизировать на эту тему, но отметим, что на основании простой регистрации степеней подчинения в этом эксперименте невозможно объяснить демонстрировавшееся поведение с вышеизложенной позиции.

Как в любом хорошем исследовании, в этом тоже была контрольная группа, которая получила возможность выбирать количество вольт и которую экспериментатор не заставлял продолжать опыт.

Полученные результаты представлены на рис. 1.2. Для сравнения мы также приводим первую кривую подчинения.

Результаты говорят сами за себя. В условиях возможности выбора 80% испытуемых не пошли дальше 120 В. Только один человек из сорока использовал последний переключатель. Даже если эти цифры повергли вас в ужас, они намного ниже предыдущих. Значит, не все мы палачи по натуре, но вполне можем ими стать в ситуации, в которой авторитет (власть) оказывает на нас давление.

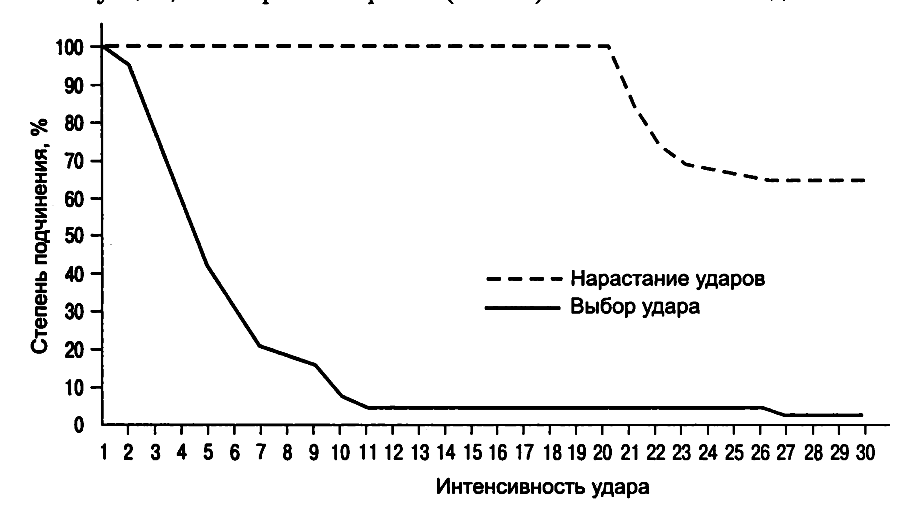


Рис. 1.2. Кривая подчинения в зависимости от того, должен ли был испытуемый увеличивать силу удара или мог ее выбирать

Подчинение — универсальный феномен?

Универсальность подчинения власти: анализ культурных факторов

Результаты, полученные Милграмом, вызвали широкий резонанс и породили множество интерпретаций. Среди них были и культуральные гипотезы. Так, Мантелл (Mantell, 1971) выдвинул идею о том, что США в период проведения исследования Милграма находились в состоянии войны, и ожидал более низких значений для его родной ФРГ, которая на тот момент уже 25 лет жила в мире. Шенаб и Яхья (Shanab et Yahya, 1977) высказали предположение о влиянии американского индивидуализма. Действительно, при повторении эксперимента в разных странах были получены неоднородные результаты (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Средняя степень послушания при повторах классического эксперимента Милграма за пределами США

Исследование	Страна	Степень послушания, %
Анкона и Парейсон (Ancona et Pareyson, 1968)	Италия	85,0
Эдвардс, Фрэнкс, Фридгуд, Лоббан и Маккей (Edwards, Franks, Friedgood, Lobban et Mackay, 1969)	ЮАР	87,5
Мантелл (Mantell, 1971)	ФРГ	85,0
Килхем и Манн (Kilham et Mann, 1974)	Австралия	54,0
Шенаб и Яхья (Shanab et Yahya, 1977)	Иордания	73,0
Шенаб и Яхья (Shanab et Yahya, 1978)	Иордания	62,5
Миранда, Кабаллеор, Гомес и Заморано (Miranda, Caballeor, Gomez et Zamorano, 1980)	Испания	50,0
Шурц (Schurz, 1985)	Австрия	80,0

Однако нельзя не отметить, что средний показатель, составляющий 72,1%, близок к результатам, полученным Милграмом. При этом данные были получены в различных культурах и во многих случаях значительно позже, чем данные Милграма. Это доказывает, что тенденция к подчинению все же имеет более или менее универсальный характер. Кроме того, недавний анализ, проведенный Блассом (Blass, 1999b), включающий иные данные, чем те, которые представлены в этой таблице, демонстрирует отсутствие корреляции между степенями подчинения и периодами, в которые эти исследования были проведены: степень подчинения кажется неизменной с тех пор, как эти результаты стали очевидными.

Подчинение в любом возрасте: так молод и уже так послушен!

Итак, культурные различия в склонности к подчинению достаточно невелики. Однако можно предположить, что другие переменные оказывают более сущест-

венное влияние. Два исследователя задались целью проанализировать влияние возраста на этот фактор. Шенаб и Яхья (Shanab et Yahya, 1977) применили парадигму подчинения власти Милграма к детям и подросткам. По моим сведениям, это единственные исследователи, использовавшие настолько юных испытуемых в рамках подобного эксперимента.

Их эксперимент был проведен в Иордании. Группа испытуемых состояла из 96 мальчиков и 96 девочек, равномерно разделенных на три возрастные группы: 6–8 лет, 10–12 и 14–16 лет. Процедура мало отличалась от методики Милграма, но вместо традиционных XXX были изображены три черепа. К тому же генератор был оснащен двадцатью *переключателями*, но на машине не содержалось никакой пометки исходящего напряжения. Наконец, здесь испытуемый-«учитель» мог слышать реакцию «ученика» еще до того, как тот начинал стучать по полу (он должен был кричать, плакать, умолять). При этом после шестнадцатого переключателя реакция прекращалась. Испытуемому предоставлялся выбор напряжения.

Шенаб и Яхья оценивали степень подчинения иначе, чем Милграм. В качестве показателя полного подчинения они приняли любую ситуацию, где испытуемый доходил до 14-го переключателя (напряжение было помечено как опасное и протесты сообщника-ученика были наиболее сильными). Полученные результаты в экспериментальной (приказ постепенно увеличивать напряжение) и в контрольной (выбор напряжения) ситуациях представлены в табл. 1.2.

Таблица 1.2

Процент испытуемых, зашедших дальше 14-го переключателя

6–8 лет				10–12 лет				14–16 лет			
Мальчики		Девочки		Мальчики		Девочки		Мальчики		Девочки	
Э	К	Э	К	Э	К	Э	К	Э	К	Э	К
75,0	25,0	87,5	31,3	93,8	31,3	93,8	31,3	75,0	31,3	87,5	31,3
Э — экспериментальная, К — контрольная ситуации.											

Здесь мы видим результаты, очень схожие с результатами у взрослых: степень подчинения также очень высока, но ниже в том случае, когда испытуемый свободен в своем выборе. При этом нет ни существенных возрастных, ни существенных половых различий. Однако половые различия были обнаружены при оправдании подчинения: у девочек преобладали (69%) объяснения, связанные с необходимостью подчиняться («Меня заставили это сделать»), у мальчиков же (60%) — причины, рационализирующие пользу наказания в обучении («Наказание необходимо, чтобы научить», «Он совершал ошибки, плохо учился» и т. д.).

Эти результаты, хотя и устрашающие с точки зрения деонтологии научного исследования по психологии, показывают, что возраст не является переменной, влияющей на подчинение власти. Также констатируем, что подчинение наблюдается в очень раннем возрасте. В контрольной группе степень подчинения оказалась выше, но нужно помнить, что как послушный оценивался каждый испытуемый, дошедший до 14-го переключателя. Если посмотреть на средние значения группы, то окажется, что испытуемые не зашли дальше первой трети возможного

напряжения. В сопоставлении с силой тока, использованной Милграмом, это соответствует 150 В. Эта оценка только слегка превосходит полученную Милграмом в его контрольной группе.

Эти результаты вряд ли можно объяснить недостаточным пониманием ситуации детьми. Во-первых, существенные различия между контрольной и экспериментальной группами указывают на то, что действия были вполне осознанными, во-вторых, современные психологические исследования доказали, что дети очень рано способны распознать источник легитимной власти. Так, Лаупа (Laupa, 1994) показал, что уже в четыре года ребенок способен распознать среди двух взрослых того, кто имеет законную власть и к кому надо обращаться с просьбами. В этом же возрасте они понимают возможность временной передачи власти ее носителем другому взрослому. Это объясняет отсутствие возрастных различий в исследовании Шенаба и Яхьи: даже маленькие дети распознают источник легитимной власти и, следовательно, подчиняются его указаниям.

Демографические и социологические переменные: все ли одинаковы?

В психологических исследованиях необходимо учитывать демографические и социологические переменные. Милграм всегда уделял им большое внимание. В его группу испытуемых входили представители самых разных профессий (медсестра, социальный работник, водопроводчик, сварщик, преподаватель, инженер, воспитатель, банковский служащий и др.), и особых различий между ними обнаружено не было. Более поздние исследования дали те же результаты. Таким образом, профессиональный статус и уровень образования не оказывают существенного влияния на подчинение власти.

Другой изученный фактор — пол испытуемых. Был проведен целый ряд исследований, посвященных связи подчинения власти с половой принадлежностью. На рис. 1.3 представлены кривые подчинения при первом условии в эксперименте Милграма, где испытуемый не видел жертву, но слышал, как она страдает. Здесь ученик перестает производить какие-либо звуки начиная с 345 В.

Очевидно, что половых различий не обнаруживается. Первые случаи неповиновения начинаются примерно с 10-го переключателя (150 В), с того момента, когда становится слышно, как кричит жертва. Начиная с 22-го переключателя (360 В, «жертва» замолкает) кривая становится инвариантной. Следует отметить, что это отсутствие различия в степенях подчинения у мужчин и женщин наблюдалось много раз (Costanzo, 1976; Shanab et Yahya, 1978; Schurz, 1985). Однако в некоторых исследованиях различия все же были найдены. Так, Шеридан и Кин (Sheridan et Kin, 1972) провели эксперимент, в котором жертвой воздействия электрического тока (причем настоящего) был не человек, а щенок, которого нужно было научить различать разные цвета. В данном случае проявляли полное подчинение и доходили до конца (450 В) 100% женщин и только 54% мужчин. Но выводы делать рано: другие исследования показали обратный эффект. Так, Килхем и Манн (Kilham et Mann, 1974) в рамках строгого применения парадигмы Милграма показали, что 68% мужчин полностью подчинялись указаниям власти против 40% женщин. Кроме этих нескольких несоответствий, не наблюдается различия в степени подчинения между мужчинами и женщинами. Однако кажет-

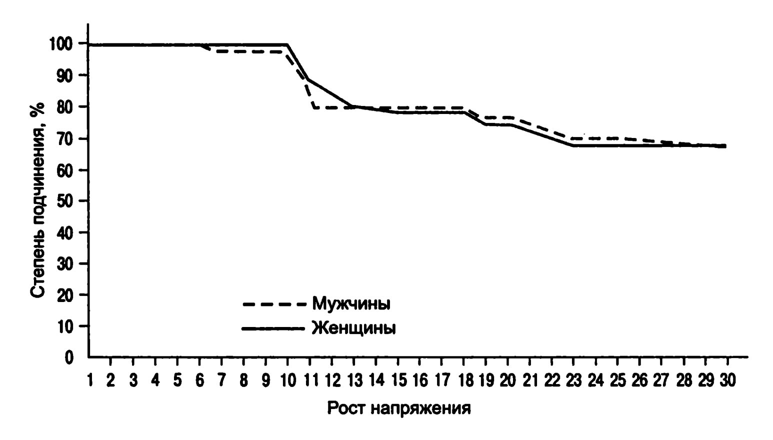


Рис. 1.3. Кривые подчинения мужчин и женщин

ся, что культурные переменные (опыт Килхема и Манна был поставлен в Австралии) или варианты методологии (опыт Шеридана и Кина был проведен с другим типом «жертвы») могут повлечь за собой различные эффекты для мужчин и женщин.

Другой аспект исследований в рамках парадигмы Милграма — влияние социологических и демографических характеристик экспериментатора или «жертвы». Здесь также трудно сделать окончательные выводы по причине незначительного числа исследований и несогласованности результатов.

Так, пол экспериментатора, по всей видимости, не оказывает никакого влияния. Исследование Эдвардса с коллегами (Edwards, Franks, Friedgood, Lobban et Mackay, 1969) показало, что испытуемые обоего пола в равной степени подчиняются женщине, играющей роль экспериментатора. Этот результат был подтвержден в другом исследовании (Miranda, Caballeor, Gomez et Zamorano, 1981). Наконец, отметим, что мужчины и женщины ведут себя одинаково и достигают одинаковых степеней подчинения, когда «жертва» — женщина (Kilham et Mann, 1974; Schurz, 1985).

Возможно, на результаты способна повлиять этническая принадлежность испытуемого и «жертвы», но, по моим данным, подобные исследования не проводились. Однако в работе Ларсена с коллегами было показано, что значение может иметь раса «жертвы» (Larsen, Colen, von Flue et Zimmerman, 1974). Как и Милграм, эти исследователи просили сорок студентов воздействовать электрическим током на другого студента, когда он совершал ошибку при обучении. Роль жертвы играли попеременно люди с белым и черным цветом кожи. Здесь измерялось среднее поданное напряжение, а не степень подчинения. Максимум составил 350 В. Результаты показали, что в среднем жертва с белым цветом кожи получила 305,2 В, а жертва с черным — 124,2. Отметим, что испытуемые при этом были студентами обоих полов — психологами первого курса, представителями белой расы, и что за несколько недель до того, как они участвовали в эксперименте, были оценены их установки по отношению к черным. Конечно, эти установки были сопоставлены с тем, какое напряжение было применено, но никакой связи не было обнаружено. Ларсен и коллеги интерпретировали такие результаты и отсутствие связи с установками испытуемых с точки зрения давления контекста, который

активизировал у испытуемых поиск равенства между расами в рамках такой современной системы, как университет. Стремление к установлению равенства преобладала над всеми другими переменными, следовательно, и над установками испытуемых по отношению к чернокожим людям. Поэтому кажется, что раса «жертвы» имеет значение. Через несколько лет был проведено еще одно исследование со студентами-психологами, и оно показало, что чернокожие «жертвы» получили большее напряжение (Brant, 1980). Однако Брант комбинирует многие переменные, поэтому его исследование не вполне сравнимо с изысканием Ларсена и коллег. Таким образом, вопрос о значении расовой принадлежности «жертвы» остается открытым.

Несмотря на разнообразие исследований, касающихся социологических и демографических переменных, можно сделать общий вывод о том, что их влияние на склонность к подчинению невелико. Отсутствие различий может быть объяснено с той точки зрения, что общество стремится развить поведение подчинения у его членов независимо от их пола, цвета кожи и профессии.

Шокирующие результаты?

Результаты Милграма потрясли научную общественность, журналистов, общественное мнение и самого Милграма. Для Милграма эти результаты были неожиданными, во-первых, потому, что этот исследователь в значительной степени опирался на исследования конформизма Аша (Asch, 1951, 1956). Уровни конформизма, полученные Милграмом, были выше, чем в экспериментах Аша по конформизму группы, хотя в них изучались более проблемные виды поведения. Во-вторых, полученные степени подчинения соврешенно расходились с оценкой, которую люди давали собственному поведению и поведению окружающих. Милграм попросил оценить эту степень подчинения специалистов по человеческой душе — психиатров. Показав им порядок эксперимента, он попросил их оценить, как далеко, по их мнению, зайдут люди. Полученные результаты представлены на рис. 1.4. В каче-

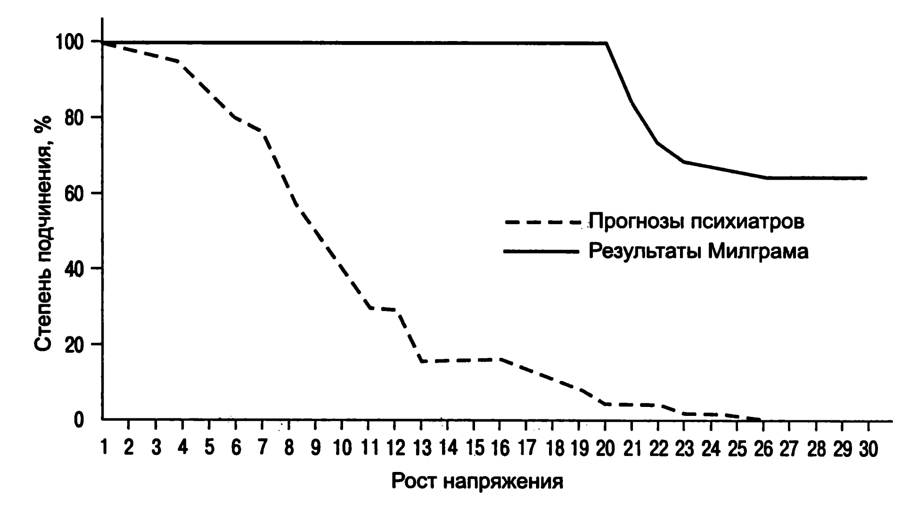


Рис. 1.4. Кривая подчинения, прогнозируемого психиатрами и полученного Милграмом (1963)

стве сравнения я представил кривую подчинения, полученную Милграмом в его первом эксперименте в 1963 г.

При сравнении этих кривых следует признать, что прогнозы психиатров были оптимистичны, но... полностью ошибочны. Их итоговая оценка составила 0,12% (или один человек на тысячу) подчинения при 450 В, т. е. очень далеко от реально полученных 65%. Все испытуемые подчинялись до 315 В (21-й переключатель), тогда как психиатры оценили, что только 3,73% людей достигнут такого уровня. Милграм попросил студентов и своих коллег сделать такие же прогнозы, и они во многом совпали с прогнозами психиатров.

Милграм попросил психиатров, студентов и представителей среднего класса оценить, как далеко зашли бы лично они по их собственному мнению. Эти оценки представлены на рис. 1.5.

Мы видим: почти все думают, что не пошли бы дальше 150 В, чтобы наказать человека, который им ничего не сделал, дабы улучшить его способность к обучению. Некоторые даже сказали, что они вообще не согласились бы участвовать в подобном эксперименте. Тем не менее при оценке поведения других людей психиатры не приняли во внимание этот исходный отказ. Значит, здесь налицо выражение желания преподнести себя в более выгодном свете.

Отметим все же: более 60% лиц объявили, что они рассчитывали дойти до 120 В (восьмой уровень). Этот показатель немаловажен, поскольку он соответствует входному напряжению в офисах, домах и квартирах в США. Опрошенные испытуемые были американцами. Поэтому мы предполагаем, что они ориентировались на входное напряжение в домах, представляющееся им безопасным. По большей части испытуемые считали, что не способны выйти за пределы потенциально безопасного напряжения.

О'Лири с коллегами попытались выяснить, насколько влияет факт обмана относительно истинных целей эксперимента в исследованиях по социальной психологии, а именно в рамках парадигмы Милграма (O'Leary, Willis et Tomich, 1970).

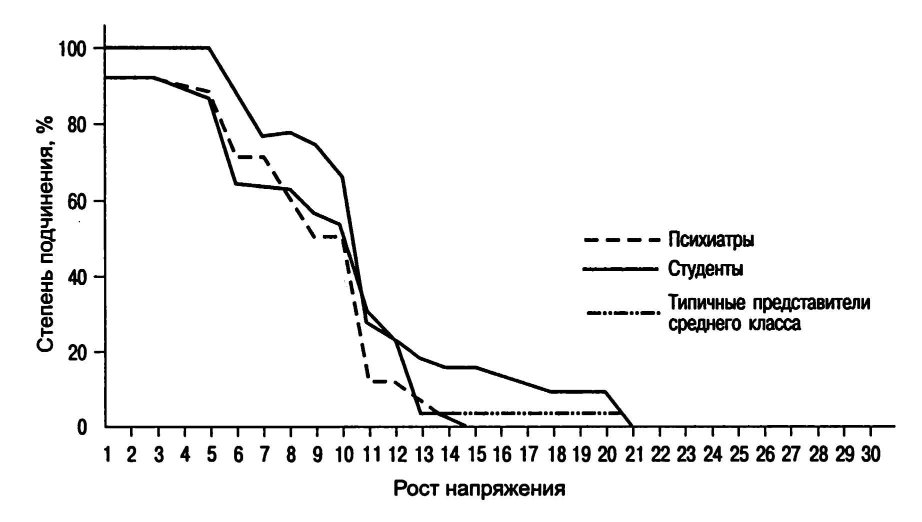


Рис. 1.5. Кривая личного подчинения, прогнозируемого психиатрами, студентами и типичными представителями среднего класса

Поэтому они попросили своих испытуемых участвовать в ролевой игре, содержащей те же контекст и материал, которые использовал Милграм, но с существенным отличием: испытуемые были информированы о том, что «ученик» не получает ударов током, но должны были вести себя так, как будто он их получает. В остальном все было идентично (ошибка ученика, протесты и крики от боли, мольбы, поведение лица, обладающего властью, и т. д.).

Полученные результаты (табл. 1.3) были сопоставлены с данными Милграма.

Таблица 1.3

Процент подчинившихся

	Реальная ситуация Милграма	Симуляция О'Лири и коллег
Отказ от участия	0,0	5,0
15–285 В	0,0	0,0
300 В	12,5	0,0
315–390 В	22,5	25,0
450 В	65,5	70,0

Статистический анализ не выявил значимой разницы. Ролевая игра, проведенная О'Лири и коллегами, привела к получению степеней подчинения, близких к реально полученным Милграмом. Мы видим, что при симуляции испытуемые верно предсказали результаты, которые были получены в реальной ситуации. Получается, что прогнозы полностью соответствуют результатам, полученным Милграмом. Этот эффект не единичен: исследование Миксона (Mixon, 1972), также основанное на симуляции классического эксперимента Милграма, продемонстрировало степень подчинения, равную 70%. В исследовании Геллера (Geller, 1978) степень подчинения составила 22,2% при условии отсутствия экспериментатора и 40% — при условии контакта с жертвой. У Милграма полученные степени были равны соответственно 22,5 и 30%, что близко к показателям при симуляции. Отсюда можно сделать вывод, что испытуемые обладают определенной проницательностью по поводу влияния ситуационных переменных.

Этот «эффект проницательности» наблюдается также при сравнении прогнозов своего поведения, сделанных психиатрами, студентами и типичными представителями среднего класса, с поведением испытуемых при условии выбора. Эти прогнозы и поведение в ситуации выбора представлены на рис. 1.6.

Как можно видеть, кривые соединяются на уровне 13 (195 В). После него прогнозы относительно подчинения испытуемых существенно выше, чем выбор наказания. Но вспомним, что испытуемые при условии прогноза должны были сказать, как далеко они пошли бы, если бы власть приказала им продолжать. По-видимому, испытуемые представляют себе, какое давление может оказывать власть. К сожалению, мы не располагаем данными аутопрогноза в контрольной ситуации — это позволило бы нам установить степень осознания влияния власти на подчинение.

Заканчивая рассмотрение данного аспекта самооценки поведения, приведу данные исследования Миллера с коллегами (Miller, Gillen, Schenker et Radlo,

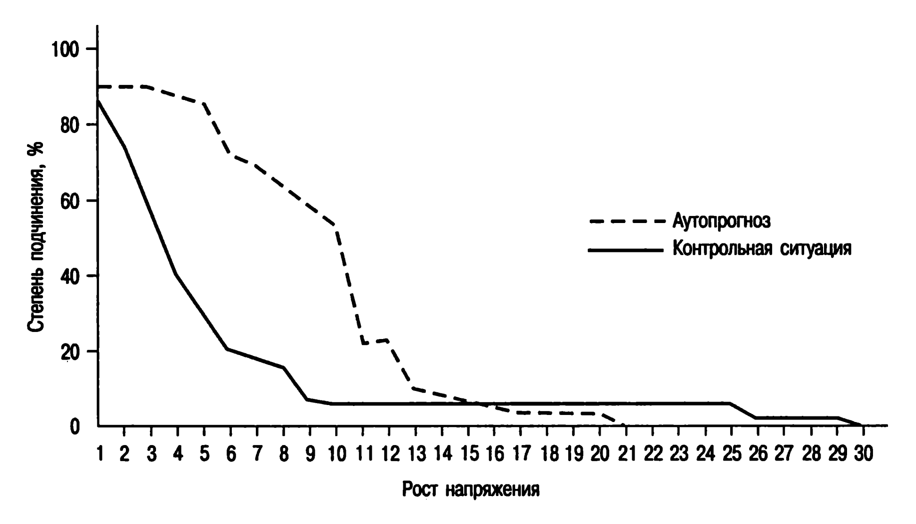


Рис. 1.6. Кривые личного подчинения по прогнозам психиатров, студентов и типичных представителей среднего класса и сравнение с кривой подчинения в реальной ситуации

1975), которые показали, что прогнозы испытуемых были более высоки и более соответствовали реально полученным данным, если испытуемым заранее уточняли степень подчинения, которая обычно получается при основном условии. Отсюда можно сделать вывод, что испытуемый в состоянии вычленить нужную информацию, чтобы оценить собственное поведение, и что он вопреки ожиданиям не отрицает эту информацию с целью поддержать хороший образ Я. Получается, что, большинство испытуемых не склонны придерживаться суждения «Другие, возможно, дошли бы до крайности, но не я». Итак, хотя первый анализ указывает на такой вывод, испытуемые не слишком лукавят, оценивая себя, и не демонстрируют полной наивности. Испытуемые трезво оценивают воздействие ситуации подчинения власти, поскольку все они не раз убеждались, что способны совершать негативные действия, когда легитимная власть отдала им такой приказ.

Анализ поведения испытуемых

По-видимому, сама ситуация определяла поведение испытуемых, их установки и даже убеждения. Даже если предположить, что испытуемые не осознавали своих действий или не верили, что действительно воздействуют на жертву электрическим током, остается необъяснимым тот факт, что испытуемые ощущали сильнейшее нервное напряжение. Заметим, что Милграм (Milgram, 1974) и многие другие исследователи (Mantell, 1971; Shanab et Yahya, 1978) показали, что в подавляющем большинстве случаев испытуемые понимали, что жертва очень страдает. Об этом свидетельствовало их поведение: у некоторых на глазах стояли слезы, у других возник нервный тик, равно как и чрезмерное потоотделение, нервный смех. Многие с мольбой смотрели на экспериментатора, ожидая, что он прекратит этот кошмар. Лицо, обладающее властью, должно было быть крайне настойчивым, чтобы заставить испытуемых продолжать. В своей работе по синтезу Милграм (Milgram, 1974) точно описал это поведение, и видеозаписи под-

тверждают, что многие испытуемые были глубоко потрясены. Тем не менее сильные переживания вовсе не свидетельствовали о том, что испытуемый перестанет повиноваться: многие люди, казавшиеся невозмутимыми и спокойными, остановились, в то время как находившиеся на грани нервного срыва доходили до конца. Милграм изучил оценки степеней нервного напряжения многих групп испытуемых, участвовавших в эксперименте. Оказалось, что оценки в основном содержали высокую степень напряжения. Однако он не нашел связи между этими степенями напряжения и актом неподчинения. По мнению Милграма, такие данные объясняются тем, что испытуемые считали источником своего смятения и напряжения не столько страдания «жертвы», сколько конфликт между желанием остановиться, чтобы прервать эти страдания, и потребностью подчиняться приказам экспериментатора. Возрастание напряжения было связано с нарастанием этого конфликта.

Повредило ли испытуемым участие в эксперименте? После публикации результатов своих экспериментов Милграм подвергся большой критике: так, Баумринд (Baumrind, 1964) поставила вопрос о состоянии испытуемых после эксперимента и о мерах, которые следует принять по их защите. В статье, опубликованной в 1964 г. в журнале *American psychologist*, Милграм ответил, что понимает озабоченность научного сообщества и постарался развеять опасения (Milgram, 1964b).

Действительно, Милграм обращался со своими испытуемыми с большой осторожностью. После эксперимента они вступали в контакт с «жертвой» и могли видеть, что она чувствует себя хорошо. Помимо этого, им сообщали, что их поведение было нормальным и что другие реагировали также. Вопросник, предлагавшийся испытуемым через несколько месяцев после их участия в эксперименте, дал следующие результаты: более 83% испытуемых были довольны своим участием в эксперименте, 15 — затруднились ответить и только 2% выказали неудовольствие. Кроме того, 74% испытуемых заявили, что теперь они лучше понимают свое собственное и вообще человеческое поведение.

Баумринд, как и многие другие исследователи, полагала, что испытуемые не смогут найти оправдания для себя и будут вынуждены нести на себе бремя сделанного. Милграм показал, что такого не произошло. Причиной их поведения были действия несущей ответственность власти. Баумринд также утверждала, что испытуемые не получили никакой пользы от своего участия. Милграм показал, что по большей части его испытуемые утверждали обратное (как те, кто проявил полное подчинение, так и те, кто не повиновался). Испытуемые даже выказывали желание принять участие в следующем исследовании. Помимо этого, они утверждали, что вынесли из исследования ценный опыт. Наконец, проведенное через год психиатрическое обследование не выявило у бывших испытуемых никаких посттравматических расстройств.

Баумринд также критиковала экологическую легитимность полученных результатов по причине искусственного характера опыта. Но, по мнению Милграма, искусственный характер ситуации не свидетельствует о неадекватности результатов. Он полагал, что более высокие степени подчинения могут быть продемонстрированы в реальных контекстах, например в контексте выполнения воинского долга, чем в искусственном контексте участия в научном исследовании методов обучения. Забегая вперед, можем сказать, что результаты других исследований подтвердят это его утверждение.

Почему они слушаются? Анализ факторов, способствующих подчинению

Как уже говорилось, результаты, полученные Милграмом, вызвали возмущение общественности и научного мира. Некоторые ученые пытались объяснить такую высокую степень подчинения в экспериментах Милграма несовершенством самого эксперимента. Но сопоставление результатов с контрольной группой выявило несостоятельность такого объяснения. Приводились и более слабые аргументы. В частности, результаты пытались объяснять тем, что испытуемые получали вознаграждение. Возможно, в какой-то степени такой подход допустим (хотя несколько долларов за участие в эксперименте для всех испытуемых были каплей в море их доходов) — известно, что экономическая зависимость может привести нас к совершению действий, которые мы не совершили бы спонтанно, тогда почему не заставить другого страдать? Но Милграм провел повторный опыт без вознаграждения, и степень подчинения оказалась той же. Кроме того, многие исследования, проведенные позднее, подтвердили, что такая же степень подчинения наблюдалась и без даже символического вознаграждения, поэтому эта переменная не оказывает никакого влияния. Мы видели, что культурные факторы, пол или уровень образования также не существенно влияют на степень подчинения: небольшие вариации легко объяснимы теориями отбора и ничем более[1].

Чем же тогда объясняются данные результаты? Чтобы это выяснить, необходимо было провести научные эксперименты, которые позволили бы определить факторы, способствующие подчинению власти. Ниже мы представляем работы, в которых велся поиск причин поведения, повергшего в ужас современное демократическое общество.

Влияние ситуации на подчинение власти

Гипотеза «агентного состояния»

Эта гипотеза, выдвинутая Милграмом (который, напомню, не ожидал столь значительных эффектов подчинения власти), не учитывает диспозиционные характеристики испытуемого (его личность, сознание и т. п.), а сосредоточивает внимание на ситуативных, или связанных с процедурой, элементах эксперимента. Она

[1] Согласно теории отбора, даже в хорошо проконтролированных условиях различия в ответах каждого испытуемого ведут к вариациям. Говорят, что речь идет о «нормальных» вариациях. Однако известно, что более вероятно появление небольших вариаций (например, вероятность, выбросить десять раз подряд решку более редка, чем вероятность выбросить 4 орла и 6 решек, или 5 орлов и 5 решек, или же 6 орлов и 4 решки: эту вероятность можно даже точно рассчитать). Это объясняет небольшие вариации в поведении испытуемых, даже в одинаковых условиях манипуляции. Всегда есть небольшие различия между субъектами эксперимента, связанные с тем фактом, что используются не одни и те же индивидуумы. Наблюдать всегда одинаковые степени было бы даже знаком научного обмана как раз по причине редкости такого феномена.

не столько не опровергает, сколько не учитывает философское положение о том, что одни люди по своей природе злые (те, кто проявил подчинение), а другие — добрые (отказавшиеся подчиняться). По Милграму, этот аспект не может объяснить результатов и пропорционального соотношения добрых или злых в двух группах. Поведение испытуемого можно оценить только в контексте, в который он включен, — в контексте методологического плана эксперимента.

Естественно, эта гипотеза (ситуационное объяснение подчинения) многократно проверялась экспериментально (результаты представлены ниже). Однако, как мы увидим, Милграм не отвергал влияния предрасполагающих факторов (диспозиционное объяснение подчинения). Разработка этих двух гипотез привела к выводу, что ситуация порождает подчиненние, так как вызывает у действующего по приказу индивида состояние безответственности. Это состояние Милграм назвал «агентным состоянием».

Агентное состояние характеризуется тем, что индивид перестает рассматривать себя как действующего самостоятельно и начинает рассматривать себя просто как агента власти. Он перекладывает ответственность на власть, в связи с чем моральные соображения более не служат основой для его поведения, в отличие от ситуаций, в которых за поведение отвечал сам испытуемый. По мнению Милграма, смена роли активного деятеля на роль агента власти произошла вследствие экспериментального контекста.

Исследования Милграма и ряда его последователей (Mantell, 1971) продемонстрировали следующую закономерность: испытуемые, демонстрирующие подчинение, более, чем отказывающиеся повиноваться, склонны снимать с себя ответственность и перекладывать ее на экспериментатора или жертву (которая сама согласилась участвовать в эксперименте). Исследование Бласса (Blass, 1996), впрочем, покажет, что на эти оценки влияет уровень эмпатии. Этот исследователь просил своих испытуемых (студентов) просмотреть отрывок из видеозаписи опыта Милграма, где можно было видеть только испытуемого-«учителя». Затем запись прерывали и говорили испытуемым, что 65% лиц дошли до конца (450 В), и добавляли, что человек, которого им показали, — один из людей, которые остановились на 210 В и отказались продолжать. Субъектов просили вынести суждение об ответственности экспериментатора, испытуемого и «ученика» (в процентах, причем можно было присудить 100% кому-то одному). Полученные результаты представлены в табл. 1.4.

Таблица 1.4

Средние показатели оценки принятия ответственности каждого действующего лица по информации о поведении испытуемого, %

	Экспериментатор	Испытуемый	Ученик
Непослушный испытуемый	35,3	52,2	12,5
Послушный испытуемый	59,7	31,3	9,0

Очевидно, что студенты-испытуемые в состоянии определять уровень личной ответственности испытуемого по его поведению. При наличии подчинения основная ответственность возлагается на экспериментатора.

Агентное состояние: эвристическая модель анализа геноцида

Когда индивид полагает, что в определенной ситуации полную ответственность несет лицо с более высоким статусом, он находится в агентном состоянии. В этом случае он видит в себе простой инструмент, предназначенный для исполнения желаний другого (Милграм, 1974, p. 167).

Милграм проводил параллели между своими экспериментами и историческими событиями, такими как геноцид в нацистской Германии и убийство сотен вьетнамцев (среди них были женщины, дети и старики) американскими солдатами в Ми Лай в 1968 г. По мнению Милграма, Холокост стал возможен потому, что фашистская организация снимала ответственность с конкретных исполнителей. Лица, обладавшие ответственностью и разделявшие идеологические установки лидеров, были расставлены на ключевых постах, и этого оказалось достаточно. Основными ответственными лицами были Гитлер и Адольф Эйхманн. Конкретные исполнители (агенты) получали иллюзию отсутствия собственной ответственности (например, они должны были составить списки мужчин и женщин, организовать их пребывание в концлагере, организовать железнодорожные конвои, обеспечить транспорт, но также копать могильные ямы, жечь тела, стеречь заключенных и т. д.). К этому добавлялась предварительная кампания по дегуманизации будущих жертв. Конечно, Холокост продолжался около 10 лет, в то время как эксперимент Милграма длился несколько часов. Однако их объединяет то, что моральные соображения отступали перед авторитетными приказаниями во многом из-за того, что была иллюзия незначительности совершенного действия для общего результата, а следовательно, и иллюзия отсутствия ответственности.

Как сделать палачей из обычных людей? В статье, опубликованной в 1988 г., Харитос-Фатурос указывает, что в 1970-х гг. военная хунта в Греции использовала схожие приемы при подготовке палачей. Так, она опросила 16 бывших военных греческой армии, входивших в то время в подразделение, о котором было известно, что они применяют пытки для получения «разведданных». Опрос проводился через 5–6 лет после их ухода с воинской службы. Интервью включали вопросы о процедурах отбора (критерии отбора перед поступлением в армию, длительность подготовки, критерии освобождения от участия в группе палачей и т. д.) и тренировках (вознаграждения и наказания во время обучения, отдаваемые приказы и стиль общения, описание типичного дня «обучения» и т. д.). Результаты, которая она получит в конце этих бесед, помогут ей выделить два аспекта, позволивших получить от этих людей формы поведения, которые от них ожидали.

Первый аспект касается процесса отбора. Среди кандидатов отбирали тех, которые были готовы подчиняться нелогичным и унизительным приказам. Второй аспект включает то, что Харитос-Фатурос назвала принудительными факторами власти. Например, утверждались идеи о том, что они принадлежат офицерам, что офицеры — не такие «простые смертные», как они. Помимо этого, практиковались физические лишения (лишение воды, пищи и пр.). Для обозначения особенно жестоких действий использовались метафоры.

В итоге Харитос-Фатурос попыталась выстроить модель этого приспособления, которую мы приводим на рис. 1.7 внизу и которая расширяет модель Милграма.

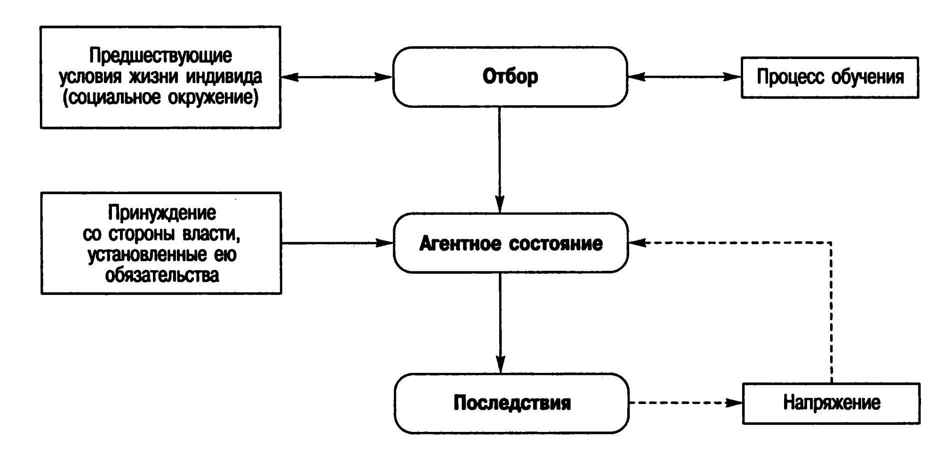


Рис. 1.7. Модель с двумя системами подчинения власти у Харитос-Фатурос (Haritos-Fatouros, 1988)

Как мы видим, отличия модели Харитос-Фатурос от модели Милграма касается только предварительного отбора. Можно сказать, что она представляет собой интеракционную модель, учитывающую как ситуацию (принудительные факторы власти), так и индивидуальные различия (процесс отбора).

Еще одно дополнение к теории агентного состояния Милграма предложил Ниссани (Nissani, 1990). Он считает, что существуют особые когнитивные факторы, способствующие возникновению агентного состояния. По мнению Ниссани, в экспериментах Милграма на испытуемых влияли их представления о научном исследовании: они были уверены, что экспериментатор (ответственное лицо) хорошо знает, что делает, и должен подчиняться определенным этическим принципам, никогда не слышали о жестокостях или убийствах во имя научного эксперимента, считали, что в таком солидном месте, как университетская лаборатория, не может произойти ничего страшного, и т. п. Таким образом, в данном контексте испытуемые были уверены в моральности и ответственности власти и не предполагали у нее негативных намерений. Если же испытуемые не уверены в легитимности власти (например, когда события разворачиваются в менее престижном месте, чем Йельский университет), они подчиняются в меньшей степени. К сожалению, интересная теория Ниссани не получила достаточной экспериментальной проверки.

Таким образом, чтобы подготовить палача, нужно взять индивидов с определенным набором качеств (например, уважение к авторитету, исполнительность) и создать для них определенные условия, в которых они войдут в агентное состояние. Тем не менее исследования подчинения, проведенные в рамках парадигмы Милграма, не позволяют признать такую модель действенной.

Близость к жертве

Физическая близость к жертве. На степень подчинения индивида существенное влияние оказывает и то, насколько для него очевидны последствия его действий. Например, современное оружие позволяет убивать на расстоянии, без того, чтобы видеть свою «жертву». Представьте себе: президент некой страны нажимает

на кнопку, что означает начало атомной войны. Принял бы он такое решение и насколько лучше он осознал бы его последствия, если бы до этого вынужден был убить кого-то своими руками?

Для изучения влияния близости к жертве в экспериментах Милграма она варьировалась. В первом эксперименте испытуемые не слышали протестов ученика. В такой ситуации они не видели реальных последствий своих действий и, вполне вероятно, не осознавали реальных страданий «ученика».

Основная схема эксперимента варьировалась следующим образом: в одном случае жертва была в другой комнате и испытуемый не мог ни видеть ее, ни слышать. Во втором случае «учитель» слышал протесты жертвы, находящейся в другой комнате (усиливающиеся крики, переходящие в мольбы и плач, затем полное отсутствие реакции). В третьем случае «учитель» и «ученик» находились в одной комнате в 50 см друг от друга, жертва вела себя как во втором случае (протесты, стоны, крики, мольбы, имитация судорог и потери сознания). Четвертая ситуация отличалась от третьей тем, что испытуемому приказывали снова привязать к стулу высвободившего руку «ученика» (после того, как ему было отказано в просьбе отвязать его).

Испытуемый оценивался как подчиняющийся, если три раза использовал переключатель 450 В. В табл. 1.5 представлены средние степени подчинения для среднего напряжения в вольтах.

Таблица 1.5

Среднее напряжение и степени подчинения в зависимости от близости к «жертве»

	1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант	4-й вариант
Среднее напряжение, В	405,0	367,5	312,0	259,5
Степень подчинения	66,0	62,5	40,0	30,0

Итак, мы видим, что степень подчинения зависит от близости испытуемого и жертвы. Однако между первой и второй ситуациями существенных различий нет, т. е. простое вербальное воздействие особой роли не играет. Проявления страдания «ученика», возможно, увеличивали дискомфорт испытуемого (жаль, что этот аспект не был предметом измерения), но не достаточно, чтобы уменьшить подчинение. А вот присутствие жертвы и наблюдение ее страданий, безусловно, способствуют противопоставлению себя власти и, следовательно, неподчинению.

На рис. 1.8 представлена кривая подчинения для каждого из рассмотренных условий.

Этот график позволяет лучше понять, что вызывает поведение неподчинения у испытуемых. Так, если рассмотреть первое условие, можно заметить, что подчинение абсолютно до 300 В (20-й переключатель). Именно в этот момент можно было расслышать, как двигается стул. В трех других условиях уменьшение подчинения начинается около 150 В, когда «учитель» начинает слышать крики боли. В четвертом варианте подчинение минимально в момент, когда «ученик» освобождается и когда испытуемый должен его снова привязать. После того как «ученик» изображает потерю сознания при 345 В (23-й переключатель), кривая подчинения становится горизонтальной. Таким образом, звуковое выражение страдания «жертвы» и близость к ней вызывают неподчинение.

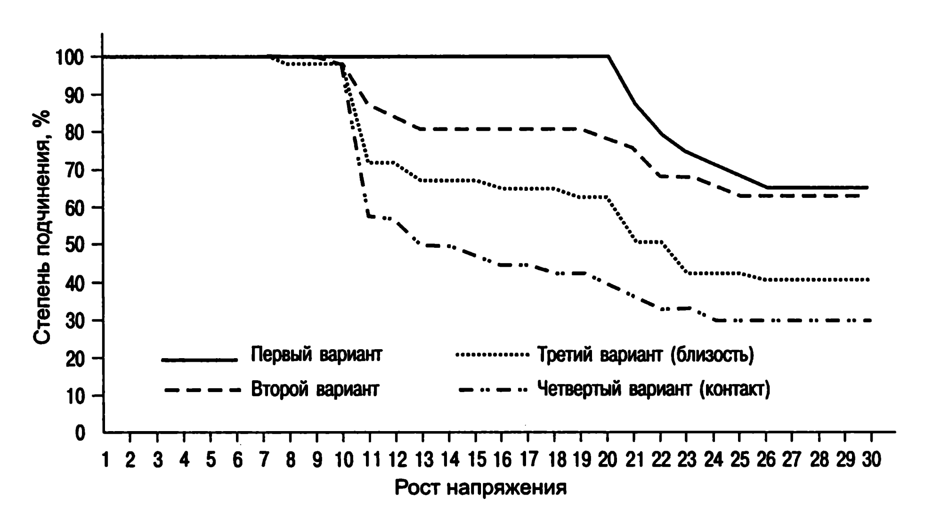


Рис. 1.8. Кривая подчинения испытуемых в зависимости от различных уровней близости к «жертве»

Другое исследование влияния близости к «жертве» провели Пейдж и Мосс (Page et Moss, 1967). В их эксперименте «ученик» находился либо в той же комнате, что и испытуемый, в одном метре позади него, либо в другом помещении, откуда были слышны его крики (подобно второму варианту у Милграма). Также была введена еще одна переменная: освещение. Комната, где находился испытуемый, была или хорошо освещена, или погружена в полумрак, с одной слабой лампочкой над столом испытуемого. Испытуемый мог сам выбирать силу удара током, а авторитетного лица, обладающего властью, не было. В условиях яркого освещения и пребывания в одной комнате испытуемые демонстрировали низкую степень подчинения. Но при условии темноты среднее напряжение было вдвое выше, чем при свете. Это еще раз подтверждает тот факт, что меньшая возможность наблюдать последствия своих действий приводит к большему подчинению.

Социальная близость к жертве. Предыдущие эксперименты продемонстрировали очевидное влияние физической близости «жертвы» и испытуемого на степень подчинения. Возникает вопрос о том, имеет ли здесь значение социальная близость? Этот тип близости не был предметом экспериментов Милграма, однако другие ученые попытались изучить влияние данной переменной. В этом отношении были исследованы два интересных аспекта: влияние предварительного отношения с «жертвой» и влияние социальных характеристик «жертвы» и социальное отношение, существующее (поддерживаемое) между ней и испытуемым.

Предварительные близкие отношения между испытуемым и «жертвой». Экспериментальным изучением предварительных отношений между испытуемым и «жертвой» мы обязаны Ларсену, Ланкастеру, Лешу, Реддингу, Уайту и Ларсену (Larsen, Lancaster, Lesh, Redding, White et Larsen, 1976). Их эксперимент основывался на парадигме Милграма, но с некоторыми изменениями.

Вначале экспериментатор принимал испытуемого (здесь испытуемыми были студенты, чье участие не оплачивалось) и объяснял ему цель эксперимента, как это делалось и в эксперименте Милграма («учитель», «ученик», список слов, которым надо научить, задача запоминания, удар током при каждой ошибке

и т. д.). Он объяснял ему, что тот будет «учителем». Затем экспериментатор уходил в комнату, соседнюю с той, где он принимал испытуемого, и представлял ему «ученика», якобы тоже студента (как обычно, этот «ученик» был сообщником экспериментатора). Затем под предлогом технической проблемы экспериментатор покидал комнату. Субъект и «ученик» оставались вместе. В зависимости от случая сообщник-«ученик» начинал или не начинал разговор с испытуемым. Он длился в зависимости от условий 3, 6 или 12 минут. Вопросы, которые задавал сообщник, следовали один за другим по заранее намеченному плану. При условии 3 и 6 минут сообщник спрашивал испытуемого об учебе, тогда как в случае длительной беседы (12 минут) сообщник задавал ему вопросы, которые становились более и более интимными по мере того, как проходило время (откуда он пришел, что он хочет делать и т. д.). После возвращения (почти мгновенного при условии отсутствия разговора или через 3, 6 либо 12 минут в других случаях) экспериментатор в деталях объяснял им цель и метод эксперимента. Здесь исследователи строго следовали парадигме Милграма.

В отличие от опыта Милграма максимальный удар, который мог послать испытуемый, составлял 390 В. Поскольку степень послушания не отвечала на вопрос о поведении, бывшем предметом исследования, в табл. 1.6 представлено только среднее напряжение, до которого дошли испытуемые.

Таблица 1.6

Средний уровень силы удара, посланного «ученику» в зависимости от условий предварительной близости, В

Длительность разговора между испытуемым и «учеником»			
0 минут	**3 минуты**	**6 минут**	**12 минут**
277,1	273,0	240,0	174,4

Таким образом, предварительный контакт с будущей жертвой имеет влияние на поведение испытуемых. «Жертва» получает в среднем тем более слабые удары, чем длительнее была предыдущая беседа с испытуемым. Однако следует отметить, что только последнее условие является статистически свидетельствующим о других условиях. Поэтому сложно узнать, оказано ли влияние длительностью беседы или оборотом, который она приняла (личные вопросы). Как бы то ни было, эти результаты показывают, что предварительный контакт с «жертвой» уменьшает послушание испытуемых. Разумеется, это исследование ставит больше вопросов, нежели предлагает ответов. Можно задать вопрос о том, возникает ли у испытуемых сильное нежелание продолжать заставлять свою жертву страдать по причине симпатии, появившейся в ходе предварительного контакта, или просто потому, что они считают, будто «жертва» теперь что-то знает о них.

Группа принадлежности и идентификация с «жертвой». В некоторых исследованиях рассматривалась и такая переменная, как социальная дистанция с «жертвой». Я уже упоминал о некоторых данных подобного рода (например, влиянии расового фактора). Но наибольший интерес здесь представляет исследование Брант (Brant, 1980), поскольку она изучила влияние социальной дистанции, в которой манипулировали ее экономическим и социологическим аспектом и цветом кожи «жертвы».

В ее опыте, в котором были задействованы студенты и студентки — психологи первого курса, за основу брался второй вариант эксперимента Милграма, но испытуемый сам мог выбирать силу удара. В зависимости от случая сообщник, играющий роль ученика, был представителем черной или белой расы, но Брант сделала так, что существовало соответствие возраста, веса, роста и т. д. В половине случаев «ученик» был представлен как студент второго курса и был одет обыкновенно. Таким образом, это был человек, социально близкий испытуемому. В другом случае с помощью макияжа и ролевой игры увеличивали дистанцию между «учеником» и испытуемым. Когда «ученик» был чернокожим, он появлялся плохо одетым, говорил медленно и с характерным акцентом, показывал себя не очень умным, тогда как если он был белым, то являлся грязным, одетым, как хиппи, с отсутствующим видом и т. д. Речь шла о том, чтобы заставить испытуемого думать, будто речь идет о человеке с более низкими, чем у него, социальными характеристиками. Все остальное происходило так, как и у Милграма. Испытуемый выбирал силу удара, зная, что максимум составляет 350 В.

Результаты, полученные в четырех группах испытуемых, представлены в табл. 1.7. По мере участия всех испытуемых был измерен средний показатель использованного напряжения.

Таблица 1.7

Средний уровень силы удара в зависимости от расы «ученика» и социальной дистанции между ним и испытуемым, В

	Раса «ученика»	
	черный	**белый**
Социальная близость	285,6	107,3
Социальная дистанция	160,5	89,0

Очевидно, что «ученик», принадлежащий к черной расе, был строго наказан за свои ошибки. Это противоречит ранее упомянутым результатам Ларсена и коллег (Larsen, Colen, von Flue, Zimmerman, 1974). Кажется, что факт непринадлежности к его этнической группе является достаточным фактором более сильного наказания со стороны «учителя». По мнению Брант, этот результат обусловлен недостаточной эмпатией к «жертве» по причине ее низкого социального положения: у нее в жизни будет немного шансов и было бы бесполезно заставлять ее еще больше страдать. Напротив, когда «ученик принадлежит к тому же социальному уровню, что и «учитель», последний становится явно более строг по отношению к первому. Для Брант социальные факторы не имеют значения и приводят испытуемых к тому поведению, которое они обычно демонстрировали в опыте Милграма. Тем не менее заметим, что если посланные «жертве» белой расы удары в значительной мере того же уровня, что и посланные испытуемыми Милграма (который использовал в своих опытах белых испытуемых и «учеников» белой расы) при условии выбора удара, это не так, когда «ученик» черной расы. Кажется, что эффекты этнического различия действуют не в пользу учеников низшей группы. Даже в крайних случаях эти факторы дифференциации всегда действуют негативно.

Представленные опыты имеют целью манипулирование характеристиками «жертвы» или социальной дистанцией между ней и испытуемым. Напомню, что,

если «жертва» является ключевым элементом триады «учитель»—«ученик»—экспериментатор, наибольшее значение имеет представитель власти. По этой причине и опять же в рамках этого плана контекстуальных переменных, Милграм попытался оценить влияние данного фактора, манипулируя, как и ранее, эффектом физической дистанции между экспериментатором и «учителем», но также и степенью законности.

Близость власти

Поскольку известно, что указания власти имеют сильное влияние на поведение испытуемых, то, если сравнить результаты уровней силы удара, посланного при условии выбора уровня наказания, с результатами, наблюдаемыми при базовом условии, можно сделать вывод, что присутствие власти оказывает определяющее влияние на испытуемых. Милграм попытался проверить этот аспект отношений между испытуемыми и властью. Для этого он провел серию опытов по своей первоначальной схеме и две серии со следующими модификациями: в одном случае, дав инструкции, экспериментатор оставлял комнату и давал указания по телефону, а во втором инструкции были записаны на магнитофон, который включался в тот момент, когда испытуемый входил в комнату. Разумеется, использовался критерий послушания, установленный Милграмом: 450 В. Результаты исследований представлены в табл. 1.8.

Таблица 1.8

Степень послушания в зависимости от степени близости экспериментатора, %

Присутствие экспериментатора	Экспериментатор дает приказы по телефону	Магнитофонная запись
90,0	22,5	12,5

Таким образом, присутствие власти существенно влияет на послушное поведение испытуемых. Значит, речь идет не о слепом послушании, связанном лишь с уважением исходного договора: физическое присутствие действительно усиливает власть, делая оппозицию приказам более трудной для испытуемых. Когда власть больше не присутствует, эта оппозиция становится значительной. В ходе наблюдений за испытуемыми с помощью одностороннего зеркала и записи силы тока, который они посылали, Милграм обнаружил и еще один интересный факт: выяснилось, что некоторые испытуемые посылали меньший удар, чем должны были направлять, и без колебаний обманывали экспериментатора (представителя власти), сообщая ему по телефону, что направили такой удар, как им велели.

Итак, физическое присутствие власти оказывает значительное влияние на поведение испытуемых. В другом эксперименте Милграма (Milgram, 1974) испытуемые вначале получали инструкции по телефону, но затем экспериментатор возвращался в комнату. Результаты продемонстрировали степень послушания, соответствующую базовому уровню. Даже если испытуемый противостоял власти, например не посылая удара требуемой силы, возвращение экспериментатора приводило к полному подчинению. Гораздо сложнее противостоять представителю власти, когда он стоит в нескольких шагах от вас.

Еще более ярко эффект физического присутствия власти был продемонстрирован в исследовании Мантелла (Mantell, 1971). Этот ученый показал повышен-

ную степень послушания в контрольном условии в своем эксперименте (выбор «учителем» посыла или отсутствия удара), когда власть при каждом колебании «учителя» не прекращала повторять, что он имеет право решать, воздействовать электрошоком или нет, но пока он это делает, силу тока следует постепенно увеличивать. Даже если степень послушания была здесь гораздо меньшей, чем при условии, когда экспериментатор побуждал учителя продолжать (7% в контрольном условии при 450 В против 85% в экспериментальных условиях), тем не менее наблюдалось увеличение среднего уровня наказания (50% при 250 В против 5% в ситуации обычного контроля). Исходя из того что мы знаем о предыдущих опытах, не удивительно, что давление власти произвело половинчатый эффект.

Законность власти

Помимо физического присутствия власти значение имеет и ее легитимность. Классические эксперименты Милграма ставились в крупнейшем Йельском университете, испытуемый знал, что участвует в серьезном исследовании. Но что произойдет при отсутствии престижа учреждения и ситуации? Первым это решил проверить сам Милграм, который в 1965 г. провел исследование, повторявшее первоначальный опыт, но в другой обстановке (Milgram, 1965a). Работа велась не в университетской лаборатории, а в офисах коммерческого учреждения в промышленном районе среднего по величине города Бриджпорта. Объявление о наборе испытуемых было дано от лица доселе неизвестной организации «Бриджпортский исследовательский союз». Если лицо, согласившееся участвовать в исследовании, интересовалось, что это за организация, ему сообщали, что это частная организация, осуществляющая научные изыскания по заказу промышленников.

Общая степень послушания в этом эксперименте составила 47,5%, т. е. этот показатель был ниже, чем в университетском исследовании, но все же очень высоким. Отсюда можно сделать вывод о том, что представление о законности власти у испытуемых связано не с обстановкой исследования, а с самой ситуацией научной работы. Милграм даже сообщает, что в беседах после университетского эксперимента испытуемые чаще выражали сомнения в правоте исследователей, чем в случае с «промышленным исследованием» (Milgram, 1974). На рис. 1.9 сравниваются кривые послушания в двух этих опытах.

Как видно, некоторые небольшие различия могут наблюдаться между двумя условиями. Когда опыт происходил в Бриджпорте, двое человек отказались участвовать в опыте. Наблюдается, кроме того, что непослушание более линейно, тогда как в Йельском университете оно монотонно (однообразно). Однако когда пройден 23-й движок (345 В), момент, когда «ученик» более не реагирует, наблюдается та же стагнация в обеих ситуациях. Соединив ее с конечной степенью послушания, полученной в обеих ситуациях, находим подтверждение слабого влияния места проведения опыта. Поэтому кажется, что законность власти в этом опыте не представлена местом проведения эксперимента.

Другое исследование влияния легитимности власти провел Мантелл (Mantell, 1971). Вместо того чтобы основываться на престиже научного института, он приводил испытуемого, когда сообщник-«учитель» уже действовал. Экспериментатор говорил об опоздании, просил испытуемого остаться в комнате и подождать. Процедура с сообщником-«учителем» продолжалась, и тогда узнавали, что экспериментатор является не сотрудником данного научного института, а всего лишь

2 Зак. 1014

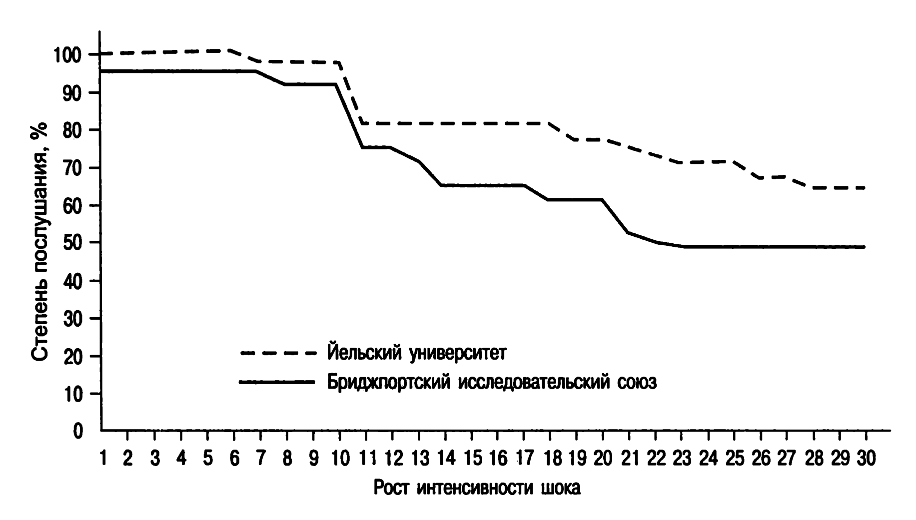


Рис. 1.9. Кривые послушания в зависимости от места проведения эксперимента

студентом и осуществляет свой опыт без надзора и руководства. В этом случае степень послушания оказалась ниже, чем в классическом опыте Милграма, но все же довольно высокой: 52 испытуемых дошли до конца. Таким образом, представление о легитимности власти очень трудно поколебать. Это было ярко показано и в исследовании Бока и Уоррена (Bock et Warren, 1972), где сравнивалось подчинение испытуемых в зависимости от того, был экспериментатор студентом или священником. Не наблюдалось никакой разницы: уровень шока оставался высоким в обоих случаях.

Правда, все описанные исследования влияния легитимности власти носят односторонний характер: у Милграма сохранялся авторитет самой власти (ученые), хотя учреждение было менее престижным, в то время как у Мандела была менее авторитетная и легитимная власть, но солидная университетская атмосфера. Для полноты картины имеет смысл исследовать послушание при невысоком престиже как организации, так и представителей власти, но пока таких данных нет.

Противоречивая власть

Важным фактором, обеспечивающим доверие к власти и, следовательно, подчинение ей, является сплоченность власти. Что же происходит, если указания власти противоречивы?

Чтобы это проверить, Милграм осуществил еще одну модификацию своего эксперимента (Milgram, 1974). В данном случае рядом с испытуемым находились два экспериментатора. Было предусмотрено, что в определенный момент (а именно при 150 В) два представителя власти начнут противоречить друг другу: один — настаивать на продолжении, другой — советовать остановиться. На рис. 1.10 степень послушания в данном эксперименте сравнивается с показателем классического опыта Милграма.

Стрелка на рисунке указывает на тот момент, когда возникает противоречие между двумя властями. Результат красноречив: почти все испытуемые немедленно прекращали эксперимент. Только один испытуемый продолжил, перейдя еще

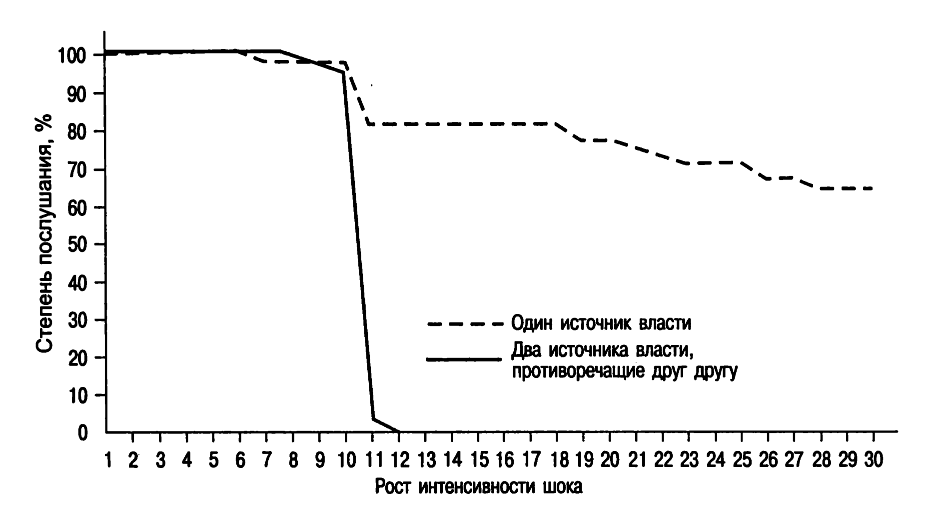


Рис. 1.10. Кривые послушания в классическом эксперименте Милграма и при условии противоречивости указаний власти

на один уровень. В конечном итоге степень послушания оказалась равной 0%. Очевидно, что противоречия власти помогали испытуемым противостоять ей.

Контекст: мощный фактор влияния. Рассмотренные нами исследования демонстрируют, что различные вариации контекста, в котором проходит опыт, существенно влияют на результаты: при всех прочих равных условиях степень послушания варьирует от 0 до 90%. Доказано, что контекст, которым манипулируют, представляет уловленную, интегрированную и проанализированную испытуемым информацию и что он в зависимости от случая ведет его к послушанию более значительному или к противопоставлению власти. Речь идет здесь еще раз о явном доказательстве того, что испытуемый не повергается с начала эксперимента в другое состояние, которое мешает ему быть чувствительным к страданию жертвы. Он также и не чудовище, ищущее выражения своего извращения, заставляя страдать кого-то, кто ему ничего не сделал. Напротив, он будто бы настороже и следит за всем тем, что может ему позволить выбраться из конфликтной ситуации, в которой он находится. Это также доказывает, что включение испытуемого в данный контекст предрасполагает его к подчинению приказам.

Факторы, способствующие подчинению

Итак, в исследованиях установлена несостоятельность гипотезы о том, что отдельные испытуемые получают удовольствие от страданий жертвы: так, в условиях выбора силы шока ни один испытуемый не использовал сразу 450 В. Но другие личностные характеристики испытуемых вполне могут оказывать свое влияние. Так, совершенно естественно, что эта объяснительная гипотеза стала предметом исследований; к тому же те, кто проводили изыскания, с трудом могли объяснить эффекты ситуации, представленные ниже в терминах дифференциации личности. Были проведены и исследования, учитывавшие убеждения испытуемых и степень понимания ими задачи. Каждый из этих аспектов стал предметом исследований, что позволяет сегодня привести некоторые сведения о важности этих

факторов, которые, несмотря на их различие, все имеют один предмет изучения: индивидуум, начинающий нажимать на кнопки. Здесь, как видим, мы очень далеки от ситуационных интересов, столь дорогих Милграму.

Личность и подчинение: сопротивление и подчинение заложено природой

Несмотря на ситуационные варианты, всегда находятся испытуемые, которые слушаются или не слушаются, тогда как ожидался обратный эффект. Можно предположить, что существуют эффекты, связанные с личностью испытуемого. Насколько нам известно, опять же Милграм, как видим, не приняв такую гипотезу, положил начало этому типу работ. В 1966 г. Элмс и Милграм, прежде чем начать опыты в экспериментальных условиях, провели тесты личности и клинические беседы с испытуемыми. Затем в зависимости от того, были испытуемые послушны или нет, их шкалы сравнивались.

Так, к испытуемым были применены личностный тест *MMPI*, измеряющий уровень тревожности, и шкала *F* Калифорнийского личностного опросника, измеряющая ряд черт, в частности толерантность. Им также задавались дополнительные вопросы (описание личности их отца, матери и самого себя, наказание своих детей, перенесенные наказания и т. д.). Затем испытуемые должны были оценить различные концепты, которые были им предоставлены (Йельский университет, Правосудие, Лидер, Адольф Эйхманн, и т. д.), с помощью ряда прилагательных-антонимов (жесткий — гибкий, добрый — злой и т. д.). Наконец, испытуемым зачитывали гипотетические ситуации, касающиеся проблем подчинения и неподчинения власти, наказания и прощения по отношению к другому и т. д. Их просили высказать свое мнение по каждой ситуации.

Элмс и Милграм использовали много способов исследования личности. К тому же в своем анализе они систематически учитывали уровень образования индивидов. Тем не менее было найдено малое количество различий между послушными и непослушными испытуемыми. Эти различия были неустойчивыми. Например, послушные испытуемые считали себя менее похожими на своих отцов, чем непослушные. Первые также чаще сообщали о физических наказаниях, о физической и психической депривации. Как далее будет видно, при оценке личности отца или матери послушные испытуемые использовали больше негативных определений и меньше позитивных. Различия наблюдались и в результатах шкалы *F* Калифорнийского личностного опросника. Элмс и Милграм установили, что у непослушных была сильнее выражена такая личностная черта, как доминирование. Они также были более социально ответственны. По другим мерам, потенциально связанным с поведением подчинения/неподчинения (агрессивность, фрустрация, торможение), различий выявлено не было. В других тестах личности, например *MMPI*, не наблюдалось никаких различий между послушными и непослушными испытуемыми.

Несмотря на эти малоутешительные результаты, другие исследователи также попытались оценить значение диспозиционных или личностных факторов в рамках подчинения власти. Миранда, Кабаллеор, Гомес и Заморано (Miranda, Caballeor, Gomez et Zamorano, 1981) в исследовании, проведенном в Испании, использовали шкалу интроверсии/экстраверсии и не обнаружили эффекта. Алтмайер

использовал такую меру, как авторитаризм, и нашел ее корреляцию с наказанием (Altemeyer, 1988). Но этот результат был получен в эксперименте, сильно отличающемся от эксперимента Милграма: здесь в рамках задачи на вербальное обучение испытуемый сам наказывал себя ударом тока, когда ошибался.

Колберг обнаружил у непослушных испытуемых более высокий уровень морального развития (Kohlberg, 1969). Бёрли и Мак-Гиннес (Burley et McGuiness, 1977) также наблюдали, что те, чей показатель социального мышления (способность понимать других людей) высок, меньше слушались экспериментатора. Уровень доверия, которое оказывают источнику власти, также является значимым фактором. Поэтому можно думать, что чем больше испытуемый доверяет власти, тем более он подчиняется. Холланд (Holland, 1967) тем не менее не нашел связи между доверием и подчинением.

Как видно из представленных результатов, обнаруженные различия носят скорее случайный характер и нельзя сделать вывода о наличии структур личности, связанных или не связанных с подчинением.

Роль убеждений в подчинении

Другим фактором, который рассматривался как возможная причина различий между послушными и непослушными, стали убеждения испытуемых и их влияние на поведение. Миллер (Miller, 1975) заметил, что «экстерналы» (термин Роттера (Rotter, 1966)) — лица, которые объясняют происшедшее с ними внешними причинами: «Я успешно сдал экзамен, потому что в этом году тема была простой», «Я провалился на экзамене, потому что члены комиссии были старыми» и т. п.), больше подчинялись приказам, исходящим от власти с высоким статусом, нежели от власти с низким статусом. Однако такой закономерности не обнаруживается у «интерналов» (лица, которые объясняют происшедшее с ними внутренними причинами: «Я успешно сдал экзамен, потому что уже год я каждую неделю посвящал этому десять часов в неделю», «Я провалился, потому что я бездельничал весь год»). Холланд (Holland, 1967) в противоположность Миллеру (Miller, 1975) наблюдал, что «интерналы» оказывались менее послушными в этих условиях. По Стрикленду (Strickland, 1977), это доказывает, что «интерналы» чаще не выполняют приказы, исходящие от экспериментатора. Данная гипотеза, хотя и очень интересная, не была проверена опытным путем. Шурц (Schurz, 1985) не обнаружил никакой связи между подчинением и интернальностью/экстернальностью или другими шкалами убеждений или личности. Было просто замечено, что непослушные испытуемые принимали большую личную ответственность за свои действия, чем послушные.

В ряде исследований было учтено отношение испытуемых к религии. Эксперименты Бока и Уоррена (Bock et Warren, 1972) подтвердили эту гипотезу, показав, что верующие испытуемые, регулярно посещающие церковь, подчиняются больше, чем неверующие. Однако в данных экспериментах испытуемые сами определяли силу наказания и в конечном счете напряжение было невысоким. Предположение, будто верующие испытуемые подчиняются сильнее, так как считают, что жизнь зависит от Божественной сущности, еще нуждается в своем доказательстве.

Таким образом, нет прямой связи между подчинением и религиозными предпочтениями.

Гипотеза об испытуемом, не осознававшем своих действий

Гипотеза о испытуемом, не осознававшем, что делал, была выдвинута, чтобы объяснить столь высокие степени подчинения в экспериментах Милграма. Эта гипотеза не согласуется с данными, показывающими, что пробанды часто испытывали страшные нравственные муки, подчиняясь экспериментатору. Так же при ее принятии сложно объяснить воздействия некоторых ситуационных переменных. Например, в разных условиях неосознанность должна приводить к одинаковой степени подчинения.

Подчинение с риском для собственной безопасности: испытуемый слепой и... глухой. Чтобы проверить правильность этой гипотезы, четверо исследователей решили усилить это осознание у испытуемых. Эксперимент австралийских психологов (Martin, Lobb, Chapman et Spillane, 1976) представлял собой модификацию парадигмы Милграма. Группу испытуемых составили 42 подростка. Чтобы убедить испытуемых, что они подвергаются опасности, техника эксперимента была изменена следующим образом: вместо генератора тока использовался источник «звуков высокой частоты», на котором были обозначены следующие уровни риска: «0: опасности нет»; «3: опасность, условие 1 — возможный риск потери слуха порядка 10%»; «8: уровень крайней опасности — потеря слуха порядка 50%» и т. д.). Экспериментатор объяснял испытуемому, что ему нужно будет прослушать звуки очень высокой частоты, идущие от безопасных порогов к опасным, о которых было известно, что только один человек из двадцати не подвергается никакому риску при прослушивании звуков такой частоты. Экспериментатор говорил, что цель эксперимента — исследовать человеческие возможности при прослушивании звуков высокой частоты, превосходящих нормальные человеческие способности, и желательно в интересах эксперимента, чтобы испытуемый смог дойти до самых высоких уровней частот. Экспериментатор подчеркивал добровольный характер участия и просил испытуемого заполнить анкету, позволяющую оценить его тревогу и то, насколько он доверяет экспериментатору. Затем экспериментатор напоминал испытуемому о риске и просил его ознакомиться с таблицей рисков. После этого испытуемый надевал наушники и работа начиналась. Записывали уровни передачи звуков высокой частоты, которые испытуемый посылал себе самому, затем просили его остановиться. После испытуемых спрашивали о причинах, которые подтолкнули его к выбору той или иной частоты.

Из 42 участников опыта 39 согласились продолжить эксперимент (92,8%). Поскольку выбор частоты был предоставлен испытуемым, было рассчитано процентное соотношение испытуемых для каждого уровня риска, приведенное в табл. 1.9.

В этом эксперименте 54% испытуемых (21 человек из 39) выбрали самый высокий уровень передачи (вы, конечно, поняли, что никакой звук в наушники не подавался), зная, что этот уровень представляет для эксперимента наибольший научный интерес. Последний уровень был отмечен только многоточием, что позволяло сделать любую интерпретацию. Но можно было предположить, что это самый опасный уровень, так как до этого шло их повышение. Тем не менее больше половины выбрали его. Заметим, кроме того, что другие испытуемые выбрали высокие уровни: совокупность частот показывает, что 92% испытуемых выбрали уровень 6 и выше.

Результаты подобного рода получил и Мантелл (Mantell, 1971). Его эксперимент продемонстрировал, что при контрольном условии «учитель» выбирает,

воздействовать ли током, когда власть не прекращала при каждом колебании «учителя» повторять, что ему решать, но если он продолжает, нужно постепенно увеличивать напряжение. Испытуемые были склонны заходить дальше, чем в условии, в котором они были совершенно свободны в выборе наказания. Поэтому возможно, что в опыте Мартина и др. (1976) подсказка того, что предпочитал экспериментатор, оказала то же давление и, может быть, объясняет, почему столько людей дошли до последнего уровня.

Таблица 1.9

Доля испытуемых, выбравших один из 11 уровней, отмеченных в таблице, %

Уровни передачи и отмеченный посыл	Процентное соотношение
№ 0: опасности нет	0,0
№ 1: возможна потеря слуха на 5%	0,0
№ 2: возможна потеря слуха на 8%	0,0
№ 3: опасность, условие 1 — возможна потеря слуха на 10%	2,6
№ 4: опасность, условие 2 — возможна потеря слуха на 12%	0,0
№ 5: опасность, условие 3 — возможна потеря слуха на 15%	2,6
№ 6: опасность высокого уровня — возможна потеря слуха на 20%	15,4
№ 7: опасность высокого уровня — возможна потеря слуха на 30%	10,3
№ 8: опасность очень высокого уровня — возможна потеря слуха на 50%	10,3
№ 9: «синее» условие — сверхчастота, частота-максимум	5,1
№ 10...	53,9

Анализ беседы, которая следовала за экспериментом, показал, что 90% испытуемых верили в то, что говорил экспериментатор. Когда испытуемых спрашивали, почему они были готовы воздействовать на себя током, отмеченным как опасный, 43% из них сообщили, что сделали это, так как полагались на официальное лицо, облеченное властью (экспериментатор), 17% — по причине важности опыта, 17% — по причине убедительного характера просьбы и, наконец, 14% — по причине доверия к экспериментатору как к человеку. Именно доверие к экспериментатору чаще всего приводится как оправдание их поведения и выбора самого высокого уровня. Слепая вера во власть кажется, впрочем, вполне достаточным объяснением поведения испытуемых в этом эксперименте, поскольку дополнительный анализ показал, что чем сильнее это доверие, тем более испытуемый склонен к использованию высокого уровня частоты передачи.

Итак, даже когда воздействие опасно для самого испытуемого, уровень подчинения остается значительным и большинство испытуемых готовы идти до конца.

Тем не менее результаты экспериментов Мартина с коллегами и Милграма несколько различаются, что показано на рис. 1.11.

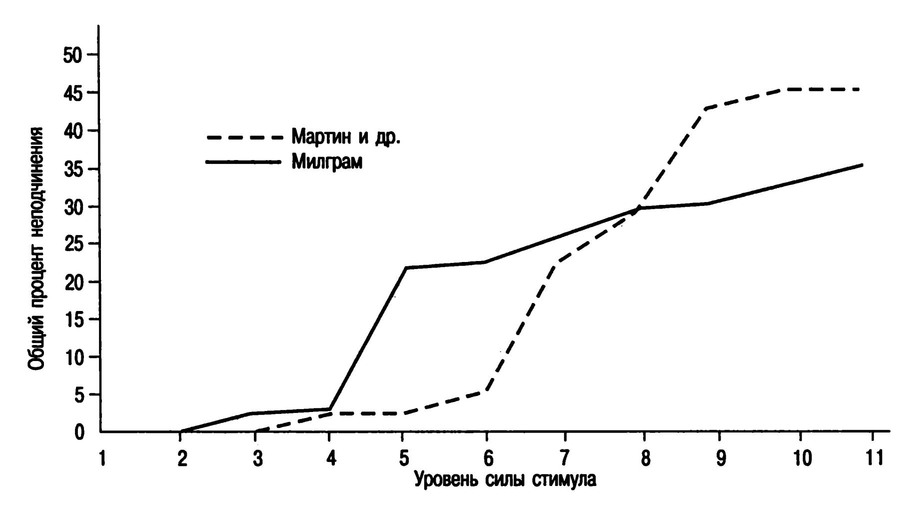


Рис. 1.11. Степень общего неподчинения в эксперименте Милграма в условии аудиальной обратной связи и Мартина и др. (1976)

Как видим, в эксперименте Мартина возрастание крайне монотонно для первых шести уровней. Уровень 7 отмечает начало дифференциации между испытуемыми, и рост частот затем продолжается линейно. У Милграма тенденция та же, вначале, наблюдается монотонная прогрессия степени подчинения, затем: начиная с 165 В: эта степень неподчинения делает резкий скачок (165 В — момент, когда «ученик» информировал испытуемого о том, что у него возникли проблемы с сердцем). Пройдя этот пик, возрастание неподчинения становится монотонным. Очевидно, что некоторые испытуемые все же восприимчивы к поступающей информации и не находятся в положении совершенного подчинения подсказкам (эксперимент Мартина) или указаниям власти (эксперимент Милграма).

Итак, несмотря на усиление осознания последствий своих действий, испытуемые демонстрируют высокую степень подчинения власти. Таким образом, гипотеза об отсутствии осознания не объясняет полученные в разных экспериментах результаты.

Мы рассмотрели результаты исследований, в которых изучалась зависимость подчинения от различных характеристик испытуемых, и должны констатировать, что в отличие от различных внешних обстоятельств личностные особенности не играют здесь существенной роли. К тому же, несмотря на некоторые результаты, не нужно забывать, что большая часть изложенных здесь экспериментов — корреляционные. Остается доказать опытным путем, действительно ли разные убеждения, разные типы личности приводят к значительным различиям. Кроме того, не следует также забывать о факте, ясно показанном в анализе кривой подчинения испытуемых в базовом условии. До 300 В почти все испытуемые подчиняются. Как заметил Зимбардо (1974), подчинение повсюду, даже у испытуемых Милграма, которые не подчинились. Они не протестовали, не захотели подать жалобу, вмешаться и т. д., они оставались на своих местах, вежливо ждали, когда экспериментатор позволит им уйти. Этот автор ставит вопрос не о личных детерминантах подчинения, а скорее об анализе факторов, которые позволяют избежать того, чтобы оно (подчинение) проявлялось так легко.

Понять подчинение через неподчинение

Возможно, причины такой высокой степени подчинения можно понять, изучив причины неподчинения. Были проведены эксперименты, в которых поведение испытуемых регистрировалось на всем протяжении работы. Впервые этот (наиболее современный) подход использовали Модильяни и Роша (Modigliani et Rochat, 1995). Эти исследователи выявили, что в парадигме Милграма поведение испытуемых обычно объяснялось в терминах ситуационных и личностных факторов. Также известно, что в более скромных масштабах взаимодействие этих двух уровней анализа изучалось (Blass, 1991). Авторы посчитали, что парадигму следует проанализировать в динамике, приняв во внимание тот факт, что испытуемый включен во взаимодействие с властью, жертвой и другими лицами и что это может оказывать влияние на подчинение либо неподчинение. Анализ фрагментов съемок эксперимента Милграма хорошо показывает, что взаимодействия испытуемого с экспериментатором различаются. Например, экспериментатор должен сохранять нейтралитет и одинаково относиться ко всем испытуемым, но есть сомнения в том, что это возможно. Так же растущее напряжение и стресс испытуемого существенно влияют на характер его отношений с экспериментатором. Это взаимодействие состоит из фаз, каждая из которых отражает изменение стратегии для достижения цели эксперимента. Вначале имеет место подлинная кооперация между экспериментатором и испытуемым, затем, когда жертва начинает страдать, приходит фаза напряжения, где сотрудничество становится трудно достижимым. Испытуемый хочет узнать, делает ли он сейчас то, чего от него ожидают. Если испытуемый принимает этот тип ответа, фаза сотрудничества возобновляется, даже если таковое дается с бóльшим трудом. Нарастание трудностей отражается и в поведении испытуемого (колебания, вздохи, взгляды в сторону экспериментатора, тики, нервные смешки и т. п.). В случае, когда ответ экспериментатора воспринимается как несогласие, наступает фаза дивергенции, сопровождающаяся нарастанием напряжения испытуемого. Следствием этого становится новое настоятельное требование, призванное оправдать эксперимент за счет предоставления экспериментатором других указаний.

Если эти указания принимаются, дивергенция уменьшается, в противном случае дивергенция возрастает и испытуемый, как отмечается, незамедлительно прекращает свое участие в эксперименте. Естественно, эти фазы не сменяют друг друга в жестком порядке, но можно поспорить, что в общем и целом они реализуют одну основную последовательность. Так, по мнению Модильяни и Роша, если принять во внимание вероятность этой прогрессии и то, что она приводит к недоверию по отношению к власти, можно ожидать, что чем раньше начнется эта процедура, тем вероятнее, что испытуемый не подчинится власти.

Чтобы проверить эту гипотезу, Модильяни и Роша произвели анализ 34 аудио- и видеозаписей вариантов эксперимента Милграма в Бриджпорте. Объектом кодификации служили высказывания испытуемого, т. е. то, что он говорил, оценивалось с точки зрения попадания конкретной реплики в определенную категорию ответов, например под категорию «отказ» попадали высказывания типа «Я отказываюсь продолжать», «Я прекращаю», «Я ухожу» и т. п. В ходе этого анализа было выявлено шесть поведенческих категорий:

1) полное согласие (испытуемый молча делал то, о чем его просили);

2) просьба о подтверждении («Тогда 450 вольт?», «Я в конце списка, что теперь делать?»...);
3) сообщение («Я больше ничего не слышу», «Этот человек хочет уйти»...);
4) вопросы («До какого момента вы хотите, чтобы я продолжал?»...);
5) протесты («Извините, но мне кажется, что если увеличить разряд, то это станет опасным»...);
6) отказ («Я не сделаю больше ничего, поскольку не знаю, в порядке ли этот человек»).

Высказывания испытуемых были оценены по методу судей двумя наблюдателями. 1–3-й уровни были охарактеризованы как уровни подчинения, а 4–6-й — как уровни недоверия к власти. Приписывая численное значение высказываниям или типам поведения испытуемого, можно было провести некоторый статистический анализ. Вне этого кодирования была изучена информация о поведении испытуемого в процессе подчинения: сколько вольт было на момент остановки испытуемого и на момент первого сопротивления экспериментатору и сколько времени ему для этого потребовалось.

Сначала Модильяни и Роша проанализировали корреляцию между закодированными высказываниями и дополнительной информацией. Результаты демонстрируют наличие устойчивой связи между временем использования категории сопротивления и степенью подчинения ($r = 0{,}51$), т. е. чем раньше испытуемый начинает сопротивляться власти, тем больше вероятность, что он выйдет из подчинения. Тот же тип корреляции наблюдается при подаче последнего электрического разряда ($r = 0{,}86$). В этом случае чем раньше испытуемый начинал противиться власти, тем реже он применял к ученику высший разряд.

Чтобы лучше разобраться в эффекте, оказываемом преждевременным сопротивлением на результирующее поведение испытуемого, Модильяни и Роша выделили процент тех, кто остановился на 150 В или ниже, тех, кто оказался между 150 и 450 В, и тех, кто дошел до конца. Затем среди этих испытуемых они выделили тех, кто оказали первое сопротивление власти до применения разряда в 150 В и после. Напомню, что 150 В — это тот момент, когда жертва активно протестует, и при условии свободного выбора в применении наказания процент отказывающихся продолжать является наибольшим. Полученные результаты представлены в табл. 1.10.

Таблица 1.10

Пропорциональное распределение между силой последнего электрического разряда и моментом первого ощутимого сопротивления (4–6-й категории, %)

Сила последнего примененного разряда	Момент первого ощутимого сопротивления	
	до 150 В	выше 150 В
150 В и менее	83,0	0,0
Больше 150 и меньше 450 В	17,0	58,0
450 В	0,0	42,0

Очевидно, что раннее вербальное сопротивление предвещает отказ испытуемого подчиняться. Помимо этого, Модильяни и Роша сделали вывод о том, что раннее вербальное сопротивление нарушает динамику взаимодействия экспериментатора и испытуемого. Эти исследователи высказали идею, что преждевременный (ранний) уход с такого уровня сопротивления позволяет избежать рационального осмысления своего предыдущего поведения (например: «Я продолжу, поскольку если я сейчас остановлюсь, то поставлю под вопрос уже совершенное»).

Конечно, результаты этих двух ученых нужно интерпретировать с осторожностью, поскольку они основаны на корреляции, которая на деле может скрывать идентичные «единицы измерения» (независимость испытуемого, мораль и т. д.). Нужно было бы придумать такой экспериментальный метод, чтобы испытуемый был вынужден сопротивляться на разных уровнях. Вероятно, манипуляция страданиями жертвы позволила бы достичь этой цели.

Во всяком случае, с практической точки зрения эти выкладки еще раз демонстрируют, что основную роль играет взаимодействие испытуемого и экспериментатора: взаимодействие, которое вводит испытуемого в ситуацию, влекущую за собой подчинение или сопротивление власти. Это взаимодействие позволяет испытуемому судить о доброжелательном или враждебном характере власти и предрасполагает его к тому, чтобы бросить власти вызов.

Подчинение власти: акт конформизма?

Работы Милграма о подчинении власти были, как я уже говорил, вдохновлены трудами Аша (Asch, 1951, 1956) о конформизме. Аш показал взаимосвязь социального окружения испытуемого и его высказываний. Зачастую это приводит к конформизму со стороны индивида: индивид дает тот же ответ, что и большинство, осознавая его ошибочность. Тем не менее исследования показали, что необходимо отличать конформизм-сигнал от конформизма-действия. Даже если полагать, что существует прямая связь между намерением (установлено с помощью эффекта давления группы, как в случае с конформизмом) и поведением, можно представить, что у испытуемого есть намерение конформистского свойства, но он не способен трансформировать это намерение в действие. В случае парадигмы Милграма дела обстоят еще интереснее, поскольку испытуемый не имеет намерения делать что бы то ни было (заставлять страдать кого-то, кто ему ничего не сделал), но он оказывается вынужден делать это под воздействием группы.

Группа как модель

То, что поведение группы служит ориентиром для каждого при адаптации собственного поведения, никого не удивит. Мы знаем, что в этой области такой ориентир на поведение других обладает значительным влиянием на поведение, которое мы реализуем в тех неожиданных для нас ситуациях, когда не знаем, как реагировать (Cialdini, 1990; Cialdini, Wosinka, Barrett, Butner, Gornik-Durose, 1999). В этих обстоятельствах поведение других служит моделью и может подвигнуть нас действовать в соответствии с ситуацией (например, повернуться лицом к опасности) или избрать такое поведение, которое окажется вредным как для нас самих, так и для окружающих.

Чтобы проверить эффект конформизма, когда поведение в высшей степени проблематично для испытуемого, Милграм в 1964 г. предложил следующий экспериментальный механизм (Milgram, 1964a).

Основная процедура данного эксперимента соответствовала процедуре Милграма (Milgram, 1963) в условиях аудиальной обратной связи. Однако здесь к трем обычным участникам действия (испытуемый—«учитель», помощник экспериментатора—«ученик», экспериментатор—источник власти) были добавлены еще два сообщника. Экспериментатор принимал испытуемых (на самом деле испытуемого и трех сообщников, которые заявляли о своем участии в эксперименте) и объяснял им, что объектом научного исследования является влияние наказания на процесс обучения. Затем с помощью жребия (как обычно, фальсифицированного) он распределял обязанности между участниками. Как обычно, один из сообщников оказывался в роли ученика, в то время как другие (испытуемый и два оставшихся сообщника) должны были исполнять роли учителей. Именно с этого момента Милграм ввел распределение заданий. Первый помощник экспериментатора должен был зачитывать «ученику» список слов для запоминания, а затем отдельные слова из него: четыре варианта ответа на каждое слово. Второй помощник экспериментатора должен был анализировать ответ «ученика» и говорить, правилен он или нет. Если ответ был ошибочным, он должен был давать правильный ответ «ученику». Наконец, испытуемый должен был наказывать «ученика» в случае ошибки, используя генератор электрического тока. Как обычно, экспериментатор объяснял, что речь идет о влиянии наказания на процесс запоминания — на сей раз в рамках коллективного обучения. Затем он говорил, что степень наказания должна быть определена группой и каждый должен предложить свой вариант в соответствии со строгим порядком: первый помощник экспериментатора, второй помощник экспериментатора, испытуемый. Экспериментатор добавлял, что может быть выбран любой уровень, но тот, который будет применен в качестве наказания, должен быть самым низким из предложенных уровней. После репетиции экспериментатор убеждался в том, что каждый хорошо понял свою роль и то, что ему надлежит делать, и эксперимент начинался. Конечно, в соответствии с планом, предусмотренным заранее, сообщники-«учителя» постепенно повышали напряжение.

Ошибки и протесты «ученика» были такими же, как обычно, и группа их слышала. Была соблюдено и контрольное условие, когда в эксперименте участвовали только испытуемый—«учитель» и помощник экспериментатора—«ученик». Испытуемый должен был самостоятельно решать, как сильно наказать «ученика».

Результаты, полученные в двух условиях, представлены в табл. 1.11. Они даны в соответствии с переключателями на командном пульте.

Как видите, в контрольной ситуации, когда испытуемые принимали решения самостоятельно, 85% из них не превысили уровень в 120 В, а в экспериментальной ситуации выше этого уровня напряжения не поднялись лишь 15%. Чтобы еще больше облегчить интерпретацию этих данных, я графически представил процент подчинения относительно уровней напряжения в обеих группах, а также добавил кривую подчинения для того случая, когда испытуемый самостоятелен, но власть подталкивает его к постепенному усилению наказания. Естественно, в целях наглядности сравнения в качестве условия принят аудиальный контакт, как это и было в данном эксперименте. Результаты представлены на рис. 1.12.

Таблица 1.11

Степень напряжения в экспериментальном и контрольном условиях

Напряжение, В	Экспериментальная ситуация (группа), %	Контрольная ситуация (индивид), %
Легкий удар (15–60)	7,5	57,5
Умеренный удар (75–120)	7,5	27,5
Сильный удар (135–180)	22,5	10,0
Очень сильный удар (195–240)	15,0	0,0
Мощный удар (255–300)	10,0	0,0
Мощнейший удар (315–360)	12,5	0,0
Опасно для жизни (375–420)	7,5	2,5
XXX (435–450)	17,5	2,5

Как видно из графика, в групповой ситуации испытуемый демонстрирует средний уровень подчинения.

В этом случае показательно давление группы на поведение испытуемого — под воздействием социального пресса он склонен причинять «ученику» бóльшие страдания. Мы обнаруживаем здесь эффект конформизма, выявленный Ашем (Asch, 1956). Эксперимент Аша критиковали за то, что использованное в нем задание не было значимым для испытуемого и не имело для него реальных последствий. На деле испытуемый должен был выбрать из трех отрезков тот, что соответствует предъявленному. При этом оценка давалась в группе, а испытуемый отвечал последним. Конечно, предусматривалось, что в некоторых случаях другие члены

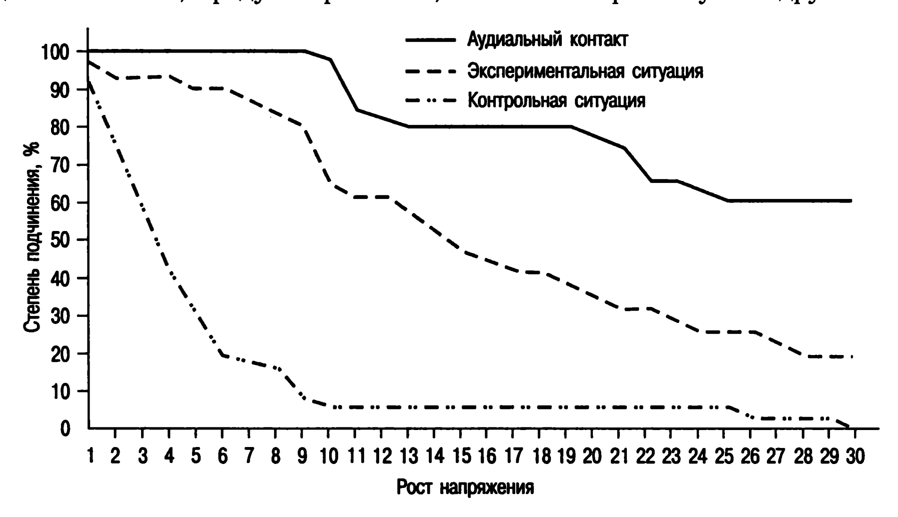


Рис. 1.12. Кривая подчинения относительно напряжения в условиях самостоятельного выбора, в группе и в ситуации получения индивидом инструкции о постепенном ужесточении наказания

группы (на самом деле сообщники) дадут неправильные ответы. Мы можем наблюдать процент конформизма в ответах (32%): испытуемый, добровольно дающий ошибочные ответы, что показательно, мог констатировать, что другие члены группы ошибаются. Он отказывался от своего ответа в пользу ответа группы, чтобы соответствовать ей.

Итак, в нашем случае нельзя сказать, что задание не вызывало заинтересованности у испытуемого. Однако мы получаем тот же уровень конформизма. В результате, несмотря на интерес к этому исследованию, мы не можем свести эффект подчинения власти к акту конформизма, когда экспериментатор воспринимается в качестве социального пресса. С одной стороны, очевидно, что степень подчинения здесь ниже той, которая наблюдается в ситуации, когда экспериментатор принуждает испытуемого к постепенному увеличению напряжения. С другой стороны, в этом эксперименте власть не отсутствует полностью. Экспериментатор присутствует и не вмешивается, как если бы он неявно соглашался с решениями группы. Можно задаться вопросом, пришла бы группа к такому же результату, если бы власть вмешивалась в процесс или ее бы вообще не было, но это может быть доказано только эмпирическим путем. Работы, которые будут представлены далее, частично развеют эту неопределенность.

Подчиняющаяся и неподчиняющаяся группы: человек как модель для человека

Мы только что убедились: группа, представляющая собой форму социального давления, ведет себя более жестоко по отношению к ученику, чем испытуемый, принимающий решение о наказании в одиночку. Тем не менее инструкция предоставляла свободу выбора. Возникает вопрос, не приводит ли пассивное поведение группы вкупе с деспотичной властью к повышению степени подчинения? С другой стороны, если в предыдущем исследовании и был выявлен негативный эффект, ставший следствием давления группы, то нам так же известно, что социальное давление, оказываемое группой, может иметь и положительный эффект. В 1964 г. Милграм попытался исследовать эти два аспекта группового влияния в серии новых экспериментов, в ходе которых группа подчинялась или не подчинялась экспериментатору, который призывал ее к постепенному увеличению напряжения (Milgram, 1964a).

В условиях подчиняющейся группы использовалась репликация базового эксперимента с аудиальным контактом, когда, как и в эксперименте, описанном ранее, в фазе обучения фигурировали три «учителя» (испытуемый и два сообщника). Каждому «учителю» было дано задание, и испытуемый оказывался последним звеном в цепи, вершившим наказание, в то время как первый помощник экспериментатора зачитывал слова, а второй проверял правильность ответов и определял силу напряжения в качестве наказания для «ученика». В отличие от предыдущего эксперимента в соответствии с инструкцией испытуемые должны были постепенно повышать напряжение по мере совершения «учеником» ошибок. Было оговорено, что сообщники не делают ничего, кроме своего задания (пассивная подчиняющаяся группа). Однако если испытуемый выказывал желание уйти до конца испытания, сообщники заявляли ему, что он не может их покинуть в данный момент. В то же самое время экспериментатор принуждал его, как

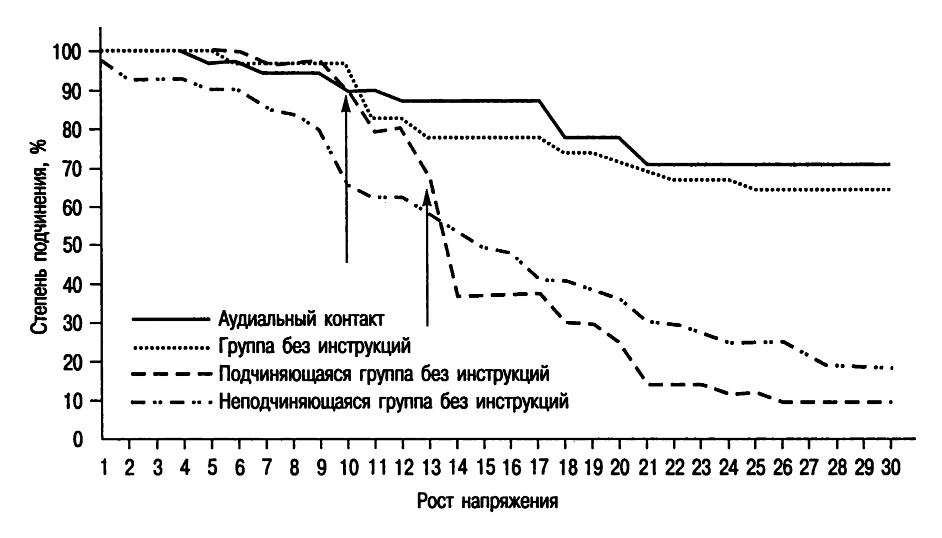


Рис. 1.13. Кривая подчинения относительно напряжения в классической ситуации и в трех группах

обычно, продолжать работу, используя те же аргументы («Продолжайте, эксперимент требует...»).

В условиях неподчиняющейся группы, пройдя уровень в 150 В (10-й переключатель из 30), помощник экспериментатора («учитель» номер 1) информировал экспериментатора, что не желает продолжать испытание по причине несогласия «ученика». Экспериментатор настаивал, чтобы он продолжал, но помощник экспериментатора отказывался и уходил со своего места. Тогда экспериментатор просил двух других «учителей» продолжать работу вдвоем и обязывал испытуемого зачитывать слова и воздействовать током, в то время как оставшийся помощник экспериментатора должен был проверять ответы. Превысив 210 В (14-й переключатель), помощник экспериментатора («учитель» номер два) тоже отказывался продолжать, и, несмотря на усилия экспериментатора, покидал свое место. Тогда экспериментатор приказывал испытуемому продолжать опыт, взяв на себя всю процедуру, под тем предлогом, что очень важно, чтобы эксперимент был закончен. Таким образом, опять обыгрывалась базовая ситуация.

Полученные результаты представлены в табл. 1.12. В очередной раз для сравнения Милграм представил расчеты по классической ситуации (испытуемый и экспериментатор, принуждающий его к повышению уровня напряжения с каждой ошибкой «ученика»).

Таблица 1.12

Среднее напряжение и степень подчинения в зависимости от поведения группы или от самостоятельности испытуемого

	Классическая ситуация	Подчиняющаяся группа	Неподчиняющаяся группа
Среднее напряжение, В	368,3	385,5	246,8
Степень подчинения, %	65,0	72,5	10,0

Очевидно, что неподчинение сообщников в группе радикально снизило степень подчинения испытуемого, и эта ситуация стала сравнимой с классической ситуацией с одним испытуемым. Кажется, что неподчинение других членов группы лицу, наделенному властью, давало испытуемому необходимое обоснование собственного оппозиционного поведения. В подчиняющейся группе уровень напряжения и степень подчинения выше, а разница слабее. Но в этом виде результаты сложно анализировать, поэтому я опять прибегну к графикам (рис. 1.13).

Стрелки на графике соответствуют уровням, на которых было предусмотрено сопротивление со стороны сообщников-«учителей» в ситуации неподчиняющейся группы. Видно, что если в этих условиях испытуемые вели себя до сопротивления первого сообщника как обычно, то после его неожиданного поведения степень их подчинения существенно снижалась. Она продолжает понижаться во время сопротивления второго испытуемого, и мы видим, что этот эффект некоторое время сохраняется. Затем (см. переключатель 21-й — 315 В) факт сопротивления сообщников перестает оказывать на испытуемых какой-либо эффект и больше не способствует заметному понижению степени подчинения.

В условии подчиняющейся группы испытуемые склонны несколько больше подчиняться экспериментатору, чем в базовом условии. Тем не менее мы видим, что подчиняющаяся группа оказывает совсем небольшое влияние на испытуемых и этапы, на которых имеет место сопротивление, примерно такие же, как и в ситуации с одним испытуемым. Конечно, если на этот раз сравнить подчиняющуюся группу в тех условиях, когда экспериментатор принуждает испытуемого к увеличению напряжения, и в тех, когда испытуемый волен самостоятельно определять напряжение, то станет очевидным существенное различие. Это показывает, что здесь имеет место простое давление группы и что среди всех возможных манипуляторов наибольшее влияние оказывает авторитет.

Эти эксперименты демонстрируют, что поведение других оказывает сильное влияние на поведение испытуемого. Нужно отметить, что результаты этих экспериментов были подтверждены последующими исследованиями. Так, Ларсен с соавторами (Larsen, Coleman, Forbes et Johnson, 1972) показали, что присутствие группы в качестве модели подчинения не было необходимым для достижения эффекта повиновения. Например, если испытуемый приходил в лабораторию в то время, когда другой (на самом деле помощник экспериментатора) еще выполнял экспериментальное задание, то этого было достаточно для того, чтобы испытуемый, когда наступала его очередь, использовал то же напряжение, что и помощник экспериментатора. Таким же образом Мантелл (Mantell, 1971) показал, что если модель оказывает сопротивление, то итоговая степень подчинения испытуемого, который наблюдал это неподчинение, меньше, чем в базовой ситуации. Ларсен с соавторами (Larsen, Coleman, Forbes et Johnson, 1972) рассмотрели такой вариант ситуации, когда экспериментатор оставляет группе свободный выбор. Ими была отмечена бóльшая степень подчинения со стороны испытуемых в том случае, когда группа учителей должна была совместно принимать решение о силе удара током. Намеренно превышая этот уровень, сообщники побуждали испытуемого к проявлению конформизма по отношению к их предложениям о наказании. Другое исследование (Kilham et Mann, 1974) продемонстрировало, что роль испытуемого в группе столь же важна. В самом деле, в их эксперименте, в котором был задействован только один помощник экспериментатора-«учителя» (а не два,

как обычно), бóльшая степень подчинения была получена, когда испытуемый назначал наказание, а не тогда, когда выступал в качестве исполнителя.

Следует отметить, что влияние группы как модели имеет пределы и что в глобальном смысле число испытуемых, сопротивляющихся власти, остается неизменным. Создается впечатление, что группа имеет реальное влияние только тогда, когда противопоставляет себя власти. Кажется, что те, кто самостоятельно не в состоянии преодолеть этот конфликт, вызывающий у них желание остановиться и подчиниться власти, черпают в этом поведении необходимые ресурсы для решения своего личного конфликта и противостояния власти.

Ежедневное подчинение власти и воздействие символов власти на поведение

Экспериментальные работы, представленные ранее, со всей очевидностью продемонстрировали, что любой индивид может совершить весьма сомнительный и противоречащий его моральным принципам поступок только потому, что легитимная власть вербально побуждает его к совершению такого поступка. Хотя это было доказано во множестве работ, не будем забывать о том, что эти работы проводились в лаборатории и уже около тридцати лет назад. Встает вопрос: если бы эти эксперименты были осуществлены сегодня, в тех же странах, что и раньше, были бы получены те же результаты? Работы, которые будут представлены в этом разделе, как я полагаю, окончательно убедят вас в том, что подчинение власти — вневременной феномен и что оно проявляет себя в каждодневных, обыденных жизненных ситуациях. Вместо того чтобы ждать, что это явление исчезнет, следует приложить усилия к тому, чтобы устранить условия, которые делают возможным его распространение, и тем самым избежать его.

Подчинение власти в реальной ситуации: «Алло, доктор!»

Эксперименты Милграма критиковались за отсутствие связи с реальностью. Конечно, мы может заявить, что испытуемые думали, будто жертва действительно получает удар током, а власть вполне легитимна и знает, что делает. Тем не менее, как это было замечено некоторыми авторами (Blass, 1999a; Miller, 1975), несколько сюрреалистический характер эксперимента вызывает скептицизм в отношении возможности получения той же степени подчинения тем же приказам в естественных условиях. Было выдвинуто предположение, что лабораторные условия позволяют выявить виды поведения, которые существуют исключительно в самих лабораторных условиях. В естественных условиях влияние власти не будет столь высоким. Если исторические примеры и заставляют нас задуматься о том, обоснованы ли такие аргументы, они не являются тем не менее экспериментальным доказательством. По этой причине ученые исследовали эффект подчинения власти в естественных условиях в контексте, привычном для испытуемых.

Без сомнения, наиболее заметным является исследование Хофлинга с соавторами (Hofling, Brotzman, Dalrymphe, Graves et Pierce, 1966). Представим, что врач нарушает установленную последовательность процедур, выполнение которых обычно является обязанностью медсестер, или предписывает им делать то, что противоречит их профессиональным принципам. Встает вопрос, подчинится ли медсестра указанию дать больному лекарство, если приказ исходит от незнакомого человека, позвонившего по телефону и представившегося врачом, при сле-

дующих условиях: 1) эта медсестра незнакома с «врачом»; 2) процедура назначения лекарства по телефону противоречит больничным правилам; 3) предписанное лекарство не входит в список медикаментов, разрешенных к применению; 4) предписанная доза явно завышенна. Чтобы изучить реакцию медсестер, Хофлинг и коллеги придумали и провели следующий эксперимент, в котором приняли участие в общей сложности 34 медсестры из общественных и частных американских больниц.

По условиям эксперимента в аптечные шкафы были положены коробки с лекарствами, на которых была написана следующая инструкция: «Астротен, капсулы по 5 мг, разовая доза 5 мг, максимальная дневная доза 10 мг». Экспериментатор звонил испытуемой (дежурной медсестре), представлялся врачом (называясь именем, совершенно неизвестным персоналу больницы) и говорил, что хочет осмотреть пациента (пациент действительно находился на лечении в данной больнице). Затем экспериментатор просил медсестру сходить посмотреть в аптечном шкафу, было ли получено лекарство (астротен). Когда медсестра возвращалась и сообщала о наличии на месте такого медикамента, экспериментатор просил ее дать пациенту 20 мг (дозу, в два раза превышающую максимально возможную) и говорил, что подпишет рецепт позже, но необходимо, чтобы больной получил лекарство сейчас и оно начало бы действовать уже к его приходу, т. е. через 10 минут. Затем экспериментатор благодарил медсестру и вешал трубку.

В контрольной ситуации об этом эксперименте было сообщено группе медсестер, которые должны были представить себя в роли испытуемых. В целях выявления соответствий с экспериментальной группой у испытуемых были взяты сведения биографического (возраст, пол, раса и т. д.) и профессионального (опыт работы, частичная или полная занятость и т. д.) характера. После того как испытуемые прочитали текст, экспериментатор попросил их написать все, что они, как им кажется, сказали бы и сделали в предлагаемой ситуации. Затем их попросили указать причины, по которым они приняли бы то или иное решение. Наконец, их попросили озвучить написанное.

Полученные результаты вопреки ожидаемому превзошли результаты Милграма. Из 22 медсестер 21 подчинилась телефонному указанию и выдала больному лекарство в требуемой мнимым врачом дозе (на самом деле раствор глюкозы). Из 12 медсестер контрольной группы 10 отметили, что не подчинились бы этому указанию из-за превышения дозы, отсутствия письменного предписания и несоблюдения правил выдачи лекарств. Десять из 12 также сказали, что думали, будто большинство медсестер не подчинится этому указанию. Все студентки, обучавшиеся на медсестер (всего 21 человек), ответили, что не ввели бы указанную дозу лекарства.

Во время эксперимента, условия которого были приближены к естественным, общее подчинение составило 95,5%, но в ходе дальнейшего исследования удалось выяснить, что большинство медсестер из экспериментальной группы сознавали непрофессиональность этого указания. Одиннадцать испытуемых признались, что доза вызвала у них подозрение, а 18 — в том, что назначение лекарства по телефону противоречит профессиональным принципам. Четырнадцать подчинившихся медсестер вспомнили, что уже попадали в подобные ситуации и вызвали недовольство врача, не исполнив его предписание. Итак, по-видимому, первоначальное неподчинение привело к таким результатам, что впоследствии люди были более склонны подчиниться этому указанию. В отличие от эксперимента Мил-

грама здесь действительно существовала субординация между испытуемым и источником власти. Это может объяснять более высокую степень подчинения.

Конечно, эти результаты не абсолютны. Эксперимент был проведен 35 лет назад и на небольшой выборке. В общем можно сказать, что такие условия, как четкая субординация, способствуют реализации поведения, спорного с профессиональной точки зрения. Они также дают пищу для размышлений над тем, каким влиянием на самом деле обладает власть в организациях, в которых принуждение на первый взгляд отсутствует.

Результаты описанного эксперимента (Hofling et al., 1966) помогают нам понять агентное состояние, описанное Милграмом. В больнице обязанности каждого распределены очень четко и зависят от места, которое он занимает. Врачи находятся на вершине иерархии и обладают властью. Они единственные, в чьей компетенции находится постановка диагноза и кто наделен соответствующими полномочиями. Этот диагноз не может быть оспорен человеком, который должен выполнять распоряжения врача. Эта практика неизменна и существует в рамках долгой традиции распределения ролей и обязанностей. Она приводит к автоматической реакции даже тогда, когда предписание кажется ошибочным. Как удачно выразился Чалдини, «подчиненные перестают думать и начинают действовать автоматически» (Cialdini, 1990, p. 207). Автоматическая реакция на указания врача хорошо объясняет, почему 21 медсестра подчинилась в приведенном выше эксперименте (Hofling et al., 1966). Нужно отметить, что этот эксперимент породил множество других работ, посвященных автоматической реакции. Так, исследования, проведенные Ассоциацией потребителей, показали, что значимое число фармацевтов было способно по рецепту продать лекарства, сочетание которых опасно. Необходим законодательный механизм, который позволил бы бороться с такой реакцией, например простое наделение фармацевта ответственностью в случае возникновения проблемы с выдачей несовместимых лекарств. Достоверные случаи подтверждают существование автоматической реакции на указания врача. Чалдини (Cialdini, 1990) рассказывает историю одного врача, который прописал пациенту, страдавшему от воспаления правового уха, капли. В предписании доктор сократил *place in right ear* («закапать в правое ухо») до *place in R. ear* («закапать в зад»). Добросовестная медсестра ввела капли в анус пациента.

Современные исследования подчинения власти: административная власть

Результаты эксперимента Милграма ошарашили общественное мнение и социальных психологов, а его парадигма стала объектом многочисленной критики методологического и этического характера. Я хотел бы уделить внимание исключительно методологическому аспекту, поскольку он влияет главным образом на эвристический потенциал и возможность использования этих работ для расширения наших знаний о психологическом функционировании человека, о значимости институциональных и организационных систем и об их воздействии на нас.

Некоторые критики полагали, будто испытуемые не были по-настоящему убеждены в том, что «жертва» страдает. Но Милграм продемонстрировал, только 2,4% испытуемых (из 658) не считали, что «ученику» на самом деле больно. Другие

считали, что подчинение испытуемых было обусловлено исключительно самим экспериментом. Эта аргументация была опровергнута экспериментом, описанным в предыдущем разделе (Hofling et al., 1966). Однако вполне возможно, что ситуация в эксперименте Милграма действительно была чересчур опасной, чтобы испытуемые считали ее реальной. Исходя из этого два европейских исследователя, Меус и Райджмейкерс, провели между 1980 и 1985 гг. серию экспериментов, которые включали не менее 25 вариантов новой, более реалистичной парадигмы. Для них было важно найти действие, более обыденное в современном обществе, чем воздействие током на другого человека. Они исследовали феномен насилия, существующий в нашем развитом и цивилизованном обществе, которое является наказуемым в рамках закона.

Первые работы этих авторов были опубликованы в 1986 г. (Meeus et Raaijmakers, 1986). В их эксперименте приняли участие 45 человек (мужчины и женщины в возрасте от 18 до 55 лет с законченным средним образованием). Как и у Милграма, испытуемые были набраны через объявление в газете, а настоящие намерения экспериментатора хорошо скрывались. Эксперимент проходил в Университете Утрехта в Нидерландах. Экспериментатор объяснял испытуемому, что факультет психологии должен отобрать кандидатов и для этого необходимо пройти тест. Этот тест состоял из 32 вопросов и определял, получает ли испытуемый пост или нет. «Кандидатом» в данном случае был помощник экспериментатора. Затем дополнительно сообщалось, что на самом деле факультет психологии интересуется воздействием психологического стресса на выполнение теста и что «кандидат» не был об этом предупрежден. Экспериментатор говорил, что нужно спровоцировать стрессовую ситуацию, отпуская критические замечания в адрес «кандидата» на разных стадиях выполнения им тестовых заданий. Всего должно было быть сделано пятнадцать замечаний. Вопросы и замечания, вызывающие стресс, появлялись на мониторе компьютера, и испытуемый должен был нажимать на клавишу для перехода на следующий этап. Каждое замечание сопровождалась цифрой, указывающей на характер стресса. Экспериментатор объяснял испытуемому, что это должно оказывать влияние на результаты «кандидата». Испытуемый осваивал свое задание, а затем «кандидат» информировался (так, чтобы это слышал и испытуемый) о том, что во время эксперимента ему будут пятнадцать раз сообщать, на какой стадии он находится. «Кандидату» также говорилось, что это не будет иметь для него никаких негативных последствий. При этом от него скрывался тот факт, что эти замечания будут обидными. По прошествии этой фазы начинался собственно эксперимент. Испытуемый и «кандидат» находились в смежных комнатах и могли слышать друг друга при помощи внутренней связи.

Эксперимент был разделен на четыре фазы. В первой фазе испытуемый не делал ни одного замечания. В трех последующих фазах замечания становились все более и более обидными («Ваш ответ на девятый вопрос ошибочен», «Вы набрали не слишком хорошие баллы», «Если судить по тесту, то вы созданы исключительно для должности младшего служащего» и т. п.). В свою очередь, ошибки, которые «допускал» «кандидат» (ошибки, как вы понимаете, запланированные), явно были следствием стрессовой ситуации и не были вызваны сложностью самих вопросов.

Возражения «кандидата», указывающие на стресс, отражали ту его степень, которая была вызвана соответствующими репликами испытуемого («Вы правы, но мой ответ не был неправильным, не так ли?», «Прекратите делать замечания,

я не могу сосредоточиться» и т. п.). Экспериментатор держался поблизости от испытуемого на протяжении всего эксперимента. Если испытуемый отказывался продолжать или не хотел делать замечание, то экспериментатор, как и в эксперименте Милграма, говорил: «Вы должны продолжать, эксперимент требует, чтобы вы продолжали». Разумеется, в контрольной ситуации, как только испытуемый демонстрировал желание прекратить эксперимент, тот завершался. Экспериментатор не давал испытуемому указаний продолжать эксперимент.

Помимо этого, был проведен эксперимент без экспериментатора (он выходил из помещения, прося испытуемого сделать 15 предусмотренных замечаний) и вариант с двумя непослушными испытуемыми (неподчиняющаяся группа). В последнем случае испытуемый выполнял свои обязанности, но двое других испытуемых начинали протестовать по ходу теста, отказывались слушать экспериментатора и затем прекращали свое участие. По окончании эксперимента испытуемого просили оценить по предлагаемой шкале, может ли помощник экспериментатора быть кандидатом, и то, насколько он был восприимчив к стрессогенным замечаниям. Помимо этого, его просили приписать меру ответственности за свое поведение себе самому, экспериментатору и кандидату.

Результаты, полученные в четырех экспериментальных ситуациях, представлены в табл. 1.13. С целью сравнения я поместил в нижней строке процент общего подчинения, полученный Милграмом в соответствующих экспериментальных вариантах.

Таблица 1.13

Средний уровень подчинения испытуемых на разных этапах теста

Степень подчинения, %	Экспериментальное условие			
	Единичный испытуемый	Отсутствие экспериментатора	Группа с неподчиняющимися испытуемыми	Контрольная ситуация
Процент общего подчинения (по последнему замечанию)	91,70	36,40	15,80	0,00
Средний уровень вызывающих стресс замечаний (максимальный уровень равен 15 В)	14,81	10,17	10,22	6,75
Процент общего подчинения у Милграма (3×450 В)	62,50	20,50	10,00	2,50

Очевидно, что полученная степень общего подчинения здесь выше, чем у Милграма. Исключение составляет контрольная группа, а процент тех, кто использовал замечания с самым высоким стрессовым уровнем, выше, чем у Милграма в каждой экспериментальной ситуации. По мнению авторов, это, вероятно, объясняется тем, что в эксперименте был задействован другой тип насилия (психолого-административный).

Итак, констатируют авторы, за четверть века, что прошли после экспериментов Милграма, склонность людей повиноваться сомнительным приказам не уменьшилась. Напротив, уточняют Меус и Райджмейкерс, 9 человек из 10 принесли психологические страдания жертве. И это невзирая на то, что жертва замечаний находилась в ситуации экономической зависимости и должна была пройти весть тест, чтобы получить место. Анализ бесед, проведенных после эксперимента, показал, что все испытуемые находили эту ситуацию неприятной для себя и стрессовой для кандидата. Они не преминули подчеркнуть этот аспект и риск того, что кандидата не примут на работу. Тем не менее создается впечатление, что единственной реплики экспериментатора: «Продолжайте» было достаточно, чтобы они продолжали эксперимент.

Даже несмотря на то, что со времени первых работ Милграма прошло много лет, а использованная ситуация несколько другая, мы видим, что человек, потенциально ни хороший, ни плохой, способен мучить другого человека только потому, что легитимная власть от него этого потребовала. Необходимо отметить, что представленные здесь результаты фигурировали и в дальнейших работах (Meeus et Raaijmakers, 1995). Так, совсем недавно Хоури и Доббс (Howery et Dobbs, 2000) продемонстрировали, что 100% их испытуемых не колеблясь согласились выступить в качестве свидетеля и сказать несколько слов о краже, о которой ничего не знали, только потому, что легитимная власть их об этом попросила. Они также согласились подписать официальное заявление о своем свидетельстве. Таким образом, проблема подчинения остается актуальной во все времена и ее изучение не должно ограничиваться крайними формами физического насилия, выявленными Милграмом. Необходимо исследовать весь спектр обыденных видов поведения, что может поставить вопрос о функционировании даже таких институтов, легитимность которых гарантирована комплексом воспитательных и обучающих механизмов: правосудие, полиция, работа, здравоохранение и т. п.

Символы власти и их влияние на поведение: «Не всяк монах, на ком клобук!»

Исследования подчинения, проведенные в рамках парадигмы Милграма, впечатлили общественное мнение и ученых гуманитарных и социальных специальностей, высокой степенью полученного послушания. Она показывает, насколько глубоко подчинение власти коренится в нашей модели воспитания. Более того, подчинение власти лежит в основе социализации человека. Фактически это должно приводить к автоматическому реагированию в менее проблемных, обыденных и даже неадекватных ситуациях. Некоторые работы из области социальной психологии свидетельствуют о том, что символы социальной или институциональной власти могут автоматически и незаметно провоцировать нас на то или иное поведение. В последнем разделе, посвященном анализу поведения подчинения власти, мы по порядку исследуем воздействие на нас униформы и социального статуса.

Влияние униформы

Униформа с давних пор является наиболее репрезентативным символом некоторых наших институтов (армии, полиции, правосудия, охраны и т. д.). Без нее мы

зачастую не смогли бы определить, законно ли тот или иной человек представляет определенный институт. Теперь зададимся вопросом, не способствует ли этот вещественный символ автоматической реакции подчинения даже в тех случаях, когда очевидно, что требуемое незаконно, смешно и является злоупотреблением властью.

Эксперимент, проведенный Бушманом в 1984 г., великолепно иллюстрирует, как униформа может провоцировать совершение абсолютно неуместных и неприличных действий. Этот эксперимент был проведен в США на городских улицах путем выборки прохожих (возраст, пол, раса и одежда). В ходе эксперимента первый помощник экспериментатора — 23 года, рост 178 см, вес 61 кг — стоял на автомобильной парковке рядом со счетчиком времени стоянки и делал вид, что ищет в карманах монетку. Второй помощник экспериментатора — мужчина старше 47 лет, ростом 180 см и весом в 95 кг — стоял поблизости от первого. Он был одет то как нищий (условие отсутствия власти), то как руководящий работник (условие статусной власти), то как пожарный (условие ролевой власти). Он останавливал испытуемого и, указывая пальцем в направлении первого сообщника, говорил: «У человека, который припарковался рядом со счетчиком, нет монеты. Дайте ему 5 центов». Результаты, которые были получены в трех разных условиях в зависимости от внешнего вида второго сообщника, представлены в табл. 1.14. Указан процент только тех людей, которые действительно дали деньги второму сообщнику.

Таблица 1.14

Количество тех, кто подчинился указанию второго сообщника

Типы манипулирования властью, %		
Роль (униформа)	Статус (одежда руководящего работника)	Отсутствие властной атрибутики (одежда нищего)
82,0	50,0	44,0

Несмотря на специфику этой просьбы, наблюдается высокий процент подчинения во всех трех экспериментальных условиях. Всегда, когда человек одет в униформу, люди в большей степени склонны подчиняться его указаниям. Это происходит даже в тех случаях, когда эти указания являют собой полное превышение властных полномочий. Запомним также и то, что в ходе этого эксперимента степень подчинения испытуемых в возрасте старше 30 лет была большей, чем в возрасте 16–30 лет: при условии власти по роли на 100% подчинившихся испытуемых старшего возраста приходится лишь 57% молодых. Внешний вид второго сообщника влиял и на скорость, с которой испытуемый уступал просьбе. Вероятно, некоторые люди были ошарашены подобной просьбой, что повлияло на скорость ее выполнения. Результаты представлены в табл. 1.15 (даны три временны́х интервала).

Результаты не нуждаются в комментариях. Мало того, что большинство испытуемых подчинились приказу человека в форме, они еще и выполнили этот приказ гораздо быстрее, чем в других условиях.

После эксперимента Бушман просил тех, кто подчинился приказу второго сообщника, объяснить, почему они это сделали. Он отделил аргументы, относящиеся

к слепому подчинению («У меня не было выбора», «Он меня об этом попросил»), от аргументов альтруистического типа («Нужно помогать своему ближнему»). Результат: если аргументы из области слепого подчинения содержались в 64% объяснений в случае, когда помощник экспериментатора был одет в униформу, то при условии статусной власти и при отсутствии власти насчитывалось соответственно лишь 48 и 23% аргументов такого рода. В то же время альтруистические аргументы содержались в 50% объяснений в ситуации отсутствия власти и всего лишь в 16 и 10% в условиях статусной и ролевой власти. Кроме того, интересные результаты были получены среди тех, кто не дали денег. В самом деле, если при условии отсутствия власти 32% из них заявили, что дали бы монету, если бы она у них была, то при условии ролевой власти — 89%. В условиях ролевой власти, при отказе испытуемые приводили чисто технические причины («У меня нет при себе мелочи», «У меня только бумажки», «Я забыл свой кошелек», «Я бы очень хотел, но у меня нет денег» и т. п.). В других случаях, а именно при условии отсутствия власти, испытуемые отказывались, ссылаясь на свои сомнения в здравом уме просителя («Вы больны», «У вас все в порядке с головой?» и т. п.).

Таблица 1.15

Латентность подчинения относительно временного интервала, %

Тип власти	Время, потраченное на выполнение указания второго сообщника		
	менее 30 секунд	от 30 секунд до 1 минуты	более 1 минуты
Отсутствие власти (одежда нищего)	23,0	36,0	41,0
Статусная власть (солидный вид)	24,0	64,0	12,0
Ролевая властъ (униформа)	85,0	15,0	0,00

Это исследование с очевидностью показывает: то, что символизирует институциональная власть и чему мы привыкли подчиняться, приводит нас к автоматическому воспроизведению поведения подчинения вне зависимости от бестактности просьбы властъ имущего. Более того, вспомним, что это была униформа пожарного, а не полицейского или военного. Испытуемые в состоянии понять, что их поведение связано с атрибутами, символизирующими эту власть, поскольку при объяснении своего поведения они ссылаются на власть, а не на альтруизм. Нужно отметить, что некоторые исследователи делали акцент на том, что результаты Бушмана могли быть объяснены внушительным видом второго сообщника, который вселял страх в испытуемых. Итак, в 1988 г. Бушман провел новое исследование (Bushman, 1988), в котором в качестве второго сообщника выступала женщина (151 см, 50 кг). Поведение мужчин и женщин было абсолютно идентичным, так же как и их объяснения по поводу подчинения требованию. Единственное отличие заключалось в том, что не было разницы в поведении разновозрастных групп. Очевидно, что именно легитимность институциональной власти, символически выражаемая униформой, объясняет поведение испытуемых.

Влияние статуса

Многочисленные исследования показывают, что люди с большей готовностью откликаются на просьбу незнакомого человека с высоким статусом, о котором им становится известно по его внешнему виду и одежде или из предварительно полученной о нем информации. Влияние статуса достаточно сильно для того, чтобы подавить некоторые реакции. Известно, например, что водителю, который не трогается с места после того, как зажегся зеленый свет, сигналят меньше, если у него дорогая машина (Doob et Gross, 1968). Более того, если ему и начинают сигналить, то значительно позже, чем тому, у кого машина непрестижной марки. И наоборот, человек с высоким статусом, заблокированный на светофоре машиной среднего класса, реагирует более агрессивно (Diekman, Jungbauer-Gans, Krassnig, Lorenz, 1996). Статус может спровоцировать нас даже на подражание опасному поведению. Так, Лефковиц с соавторами (Lefkowitz, Blake et Mouton, 1955) показали, что когда человек высокого статуса нарушал правила дорожного движения, переходя дорогу на красный свет, 20% людей начинали следовали его примеру, в то время как в контрольной ситуации или при условии низкого статуса нарушение имело место только в 1% случаев. Исследование Гегена и Пишо (Guéguen et Pichot, 2001) подтвердило эти результаты и даже продемонстрировало эффект подавления реакции (меньше случаев копирования статусной модели) при низком статусе: при условии высокого, среднего, низкого статуса и в контрольной ситуации (без модели) процент нарушения был 54, 18, 9 и 16% соответственно. Кроме эффекта копирования поведения статусной модели можно наблюдать и другие реакции. Так, сообщник в эксперименте Харриса (Harris, 1974) вклинивался в разные очереди (в кино, в кассу в магазине, в банковское окошко), состоящие не меньше чем из пятнадцати человек. Для воссоздания того или иного статуса использовалась одежда. В случае низкого статуса помощник экспериментатора был одет небрежно, в случае высокого — весьма элегантно. Результаты продемонстрировали меньшую степень агрессивности в отношении сообщника «высокого статуса» по сравнению с сообщником «низкого статуса» вне зависимости от наличия или отсутствия извинений и того, в какой отрезок очереди он влезал. Такие же результаты были получены в ситуации, в которой помощник экспериментатора, менявший внешний вид в зависимости от экспериментальных условий (высокий, средний, низкий статус), не имел достаточно денег, чтобы купить в булочной круассан (ему не хватало нескольких евроцентов). В зависимости от ситуации помощник экспериментатора вел себя то крайне вежливо («Я смущен, мне не хватает 8 центов. Не могли бы вы мне их простить, пожалуйста?») и широко улыбался, то наоборот («Вот черт, мне не хватает 8 центов. Ну вы же мне их простите?»). Результаты показали, что при вежливом обращении испытуемые (продавцы в булочной) соглашались на просьбу сообщника вне зависимости от его статуса (в среднем 93%). Однако при грубом обращении просьбу сообщника низкого статуса выполнили 20% испытуемых, среднего статуса — 40% и высокого — 75%. Влияние статуса сказывается даже в ситуациях, когда нарушается закон. Геген и Паскаль (Guéguen et Pascual, 2002) продемонстрировали, что в случае совершения кражи в магазине человеком высокого статуса испытуемые склонны к меньшей реакции (отчитать или предупредить охранника, находящегося поблизости) в отличие от той ситуации, когда вором оказывается человек со средним или низким статусом.

В совокупности все эти работы показывают, что в одних обстоятельствах высокий статус имеет свойство подавлять реакцию, в других может вызывать неточные оценки реальности и провоцировать копирование поведения статусной модели. И подавление и активация имеют зачастую один результат. В обоих случаях поведение, адекватное ситуации или контексту, демонстрируется реже.

Влияние статуса не ограничивается конфликтными ситуациями. Оно распространяется и на помощь, которую мы оказываем какому-либо человеку вне зависимости от того, попросил он об этом или нет. Так, было доказано, что мы охотнее приходим на помощь человеку, уронившему вещи в тот момент, когда он собирался положить их в багажник своей машины, если это человек с высоким статусом (Solomon et Herman, 1977). Человеку с высоким статусом (новая дорогая машина) помощь была оказана в 53% случаев, в то время как человеку с низким статусом (дешевая машина в плохом состоянии) — всего в 23%. Мы наблюдаем тот же эффект, когда речь идет о настоятельной просьбе, исходящей от человека, чей внешний вид четко определяет его статус. Так, Клейнке (Kleinke, 1977b) показал, что люди охотнее дают деньги тому просителю, который одет в классический костюм (80%), чем одетому небрежно (32%). Тот же эффект наблюдался, когда студенты определяли сумму пожертвований на нужды благотворительной организации. Просьба о пожертвовании исходила от профессора (высокий статус) и от студента (равный статус). Средний размер пожертвования, отданного профессору, статус которого был обозначен мантией, был равен 6,02 рупиям, а сумма, собранная студентом, в среднем составила 2,62 рупии. При этом в данном эксперименте профессор был подставным, т. е. он не преподавал у тех, кого просил о пожертвовании. Тот же результат был достигнут при сборе подписей за разоружение (Chaikin, Derlega, Yoder et Phillips, 1974). Было также продемонстрировано, что продавец компакт-дисков охотнее идет навстречу клиенту (возвращает деньги или меняет диск без предъявления чека), нарушая правила, если одежда просителя выдает в нем человека с высоким статусом (Ainscough et Motley, 2000). Мы будем более вежливы с человеком высокого статуса, нежели с человеком равного нам статуса, в ситуации, если нас спросят, не находили ли мы деньги в телефонной будке: в первом случае 78% испытуемых возвращают деньги, в то время как во втором — только 38% (Bickman, 1971). Было замечено, что символические элементы внешнего вида влияют и на восприятие статуса. Так, Грин и Жиль (Green et Giles, 1973) показали, что интервьюер, носящий галстук, получил согласие на участие в анкетировании у 70% людей, а интервьюер, одетый так же, но без галстука, — только у 40%. Статус всегда положительно влияет на оценку испытуемого независимо от поведения сообщника по отношению к нему. Айверсон (Iverson, 1968) продемонстрировал, что мы не перестаем относиться позитивно к человеку с высоким статусом, если он сказал нам что-либо, что не является для нас комплиментом (приписал нам качество, которое мы не хотели бы иметь), но не отреагируем так же, если замечание исходит от человека, равного нам по статусу. Даже некоторые физические характеристики закрепляются и оцениваются более позитивно, когда они социально благоприятны. Было показано (Cann, 1991), что люди с высоким статусом оцениваются как более высокие и более красивые, чем люди с низким. Более того, известно, что взаимодействие с лицом высокого статуса сопровождается более сильными психическими реакциями со стороны испытуемого. Клейнке и Уильямс (Kleinke et Williams, 1994) доказали, что артериальное

давление и частота сердцебиений испытуемых (студентов первого курса) возрастали в том случае, когда они беседовали на тему досуга со студентом третьего курса (высокий статус), в то время как никаких физических изменений не наблюдалось, когда в беседе принимал участие тот же человек, но представленный как студент первого курса. Наконец, высокий статус действует, когда нам дают советы. Так, Левин с коллегами (Levine, Moss, Ramsey et Fleishman, 1978) провели такой эксперимент. На приеме в зубоврачебном кабинете дантист, ассистент дантиста или секретарь (в зависимости от статусной группы) говорил пациенту, что ему (или ей) хотелось бы, чтобы пациент прочитал новую и абсолютно бесплатную брошюру по профилактике болезней зубов и десен, которую он может получить, отправив по почте открытку со своим адресом. Каждая открытка сопровождалась отметкой, позволяющей идентифицировать отправителя. Это дало возможность вычислить в каждой группе точный процент тех, кто последовал этому совету. Полученные результаты весьма показательны, поскольку рекомендация была выполнена 54% пациентов, услышавших ее от дантиста, 35% услышавших ее от ассистента и 18% — от секретаря.

Группа работ, представленных здесь, посвящена влиянию, которое оказывают на наше поведение люди с властными полномочиями, встречающиеся нам каждый день. Эти исследования наглядно демонстрируют, насколько наше поведение подвержено влиянию со стороны людей, которые, как нам кажется, обладают властью или являются ее полномочными представителями. С этой точки зрения, видимо, проще объяснить столь высокую степень подчинения: результаты свидетельствуют о том, что существует спектр автоматического, спонтанного поведения, который реализуется, когда мы сталкиваемся с имплицитной или эксплицитной просьбой власти. Если даже в такой ситуации наша реакция является автоматической, то понятно, почему в более сложной ситуации, когда власть настаивает, призывает нас подчиниться, нам столь трудно бросить ей вызов.

По мнению Зимбардо (Zimbardo, 1974), эти экспериментальные данные наглядно демонстрируют те механизмы, которые ведут к подчинению. Как полагает Зимбардо (Zimbardo, 1974), ситуация и символы сочетаются друг с другом, поэтому подчинение является не просто актом ситуационного конформизма, но и результатом длительного процесса, в ходе которого в сознании индивида укореняется рациональность силы, господства и власти. Мы контролируемся символами и правилами и не перестаем приспосабливать к цивилизации собственных детей, например, с помощью такого института, как школа, где без конца нужно уважать власть, подчиняться правилам и т. п. Если существует спонтанное подчинение, то потому, что мы сами участвуем в создании мифических символов власти, живем с иллюзией личного контроля, не допуская мысли, что нас принуждают поведенческие нормы, и к тому же думаем, что дурные поступки совершаются дурными людьми, которыми движут дурные мотивы. Будучи в плену таких мифов, мы редко задумываемся над тем, как функционируют наши социальные, институциональные, организационные системы, которые искусно прячут за своей бесспорной легитимностью сложность, если не невозможность, реального контроля наших действий сообразно нашей совести.

Глава 2

Добровольное подчинение

Готовы ли мы стать донором органов? Дать деньги незнакомцу на улице? Рассортировать содержимое мусорного ведра? Посвятить следующее субботнее утро походу в зоопарк в компании малолетних преступников? На все эти вопросы мы бы ответили, что «Да, это возможно, но нужно, чтобы на это была причина». Вы увидите, что на самом деле мы можем поступить так без какой бы то ни было причины, попав под влияние того, кто заинтересован в этом нашем поступке. Существует много техник влияния на поведение. В этой главе мы рассмотрим те из них, которые стали объектами наибольшего числа публикаций в психосоциальной литературе. Степень эффективности у них разная, поскольку некоторые вынудят вас более чем охотно дать незнакомцу на улице 0,20 евро, в то время как другие подвигнут вас на добросовестную сортировку мусора в последующие годы и даже десятилетия. Помимо этого, вы увидите, что одна и та же техника может быть в равной степени эффективна для получения как согласия в участии в опросе, так и согласия на то, чтобы стать донором органов. Все эти манипуляционные техники имеют нечто общее: они не подразумевают применения ни физического, ни морального, ни экономического насилия в целях получения реакции. Более того, вы поймете, что некоторые из техник могут даже провоцировать вас на такое действие, о котором вас никто не просил. Таким образом, в этой главе мы будем исследовать обыденное влияние, вписанное в наши социальные отношения и культуру.

«Нога-в-дверях»: палец в шестерне

Из всех техник манипулирования, исключающих давление, которые были разработаны или исследованы социальными психологами, техника «нога-в-дверях» является предметом наибольшего числа работ. Название, данное этой манипулятивной технике, неотделимо от первой работы, проведенной Фридманом и Фрейзером (Freedman et Fraser, 1966). Они хотели выяснить, не предрасполагает ли наше согласие выполнить совершенно безобидную просьбу (назвать время, объяснить, как пройти, ответить на 4–5 простых вопросов, подписать петицию, касающуюся не слишком важной проблемны, и т. д.) к тому, что мы впоследствии будем более склонны выполнять серьезные просьбы (давать деньги, отвечать на анкеты в 50 или 100 вопросов, выступать за идею и т. п.).

Первый эксперимент

Целью первого эксперимента было получение согласия домохозяек на то, чтобы в течение двух часов их посетили 5–6 интервьюеров для составления списка продуктов, которые они обычно покупают. Эти милые дамы, чьи имена были случайным образом взяты из телефонного справочника одного американского города,

подверглись телефонной атаке интервьюера некой «частной организации», в действительности не существовавшей. Назвавшись, он спрашивал у домохозяйки, не согласится ли та ответить на восемь вопросов анкеты, посвященной продуктам питания. В случае согласия анкета заполнялась, в конце разговора интервьюер тепло благодарил даму, желал ей хорошего дня и вешал трубку. Три дня спустя тот же интервьюер снова звонил домохозяйкам, ответившим на вопросы, и спрашивал, не согласятся ли они принять у себя целую группу интервьюеров. С целью сравнения была создана контрольная группа, к которой обращались сразу со второй просьбой. Помимо того, были введены два других экспериментальных условия, чтобы более точно оценить скрытый когнитивный механизм техники. Третья группа действовала так же, как и в случае с «ногой-в-дверях», но испытуемые не участвовали в предварительном анкетировании. В этом случае интервьюер просто ссылался на то, что связался бы с ними позднее. Наконец, в последней группе интервьюер просто звонил, чтобы представить организацию, к которой он относится, и рассказать о том, чем она занимается. С полученными результатами можно ознакомиться в табл. 2.1.

Таблица 2.1

Процент согласившихся выполнить вторую просьбу

Техника «нога-в-дверях»			Контрольная группа
Наличие предварительного анкетирования	**Отсутствие предварительного анкетирования**	**Простое представление**	**Отсутствие предварительных действий**
52,8	33,3	27,8	22,2

По мнению Фридмана и Фрейзера (Freedman et Fraser, 1966), эти результаты красноречиво говорят об эффективности техники и позволяют объяснить условия, делающие эту технику эффективной. Очевидно, что характер отношений между домохозяйкой и интервьюером не сыграл своей роли, поскольку хорошо заметна разница между первой и третьей группами притом что на общение было потрачено равное количество времени. И наоборот, создается впечатление, что именно факт согласия на первую просьбу предрасполагает к согласию на вторую. Тем не менее некоторые вопросы остаются неразрешенными: соглашение на вторую просьбу зависит от соглашения на первую просьбу или от принятия на себя изначального обязательства делать что-то вместе с интервьюером, который становится знакомым? В целях более глубокого изучения объяснительного механизма Фридман и Фрейзер провели второй эксперимент, результаты которого в течение многих лет поражали социальных психологов.

Целью эксперимента было добиться от владельцев частных домов разрешения на установку на их участке большого плаката (не менее 16 м^2), на котором было написано: «Будьте осторожны на дорогах». Акция проводилась мнимой общественной службой дорожной безопасности.

Была использована комбинация четырех экспериментальных условий с двумя факторами. Как и в предыдущем случае, следовало придумать предварительную просьбу, которую испытуемым было бы легко выполнить.

Одних испытуемых просили наклеить стикеры на свои машины, а других — подписать петицию. Содержание петиции и стикера относилось либо к дорожной безопасности (призыв водить машину осторожно), либо к экологии (призыв сохранить свой район чистым). Испытуемых просили об этом не по телефону, а при личной встрече. Две недели спустя другой интервьюер, который даже не знал о предварительной манипуляции, приходил домой к испытуемым со второй (целевой) просьбой. К испытуемым из контрольной группы с предварительной просьбой не обращались. Экспериментатор спрашивал, не согласились бы испытуемые установить в своем саду общественно полезный плакат о мерах безопасности на дорогах. Испытуемым показывалась фотография этого огромного плаката, размещенного в непосредственной близости от обычного жилого дома, с тем чтобы они смогли понять, как это все будет выглядеть.

Несмотря на непомерность второй просьбы, степень подчинения, полученная исследователями, превзошла все их ожидания. Результаты приведены в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Степень подчинения второй просьбе, %

Обоснование	Тип предварительной просьбы	
	Наклеить стикер	Подписать петицию
Дорожная безопасность	76,0	47,8
Защита окружающей среды	47,6	47,4

В контрольной группе процент согласившихся на установку плаката был равен 16,7. Таким образом, снова подтверждается эффективность техники «нога-в-дверях».

Репликации «ноги-в-дверях»

Успехи...

В психологической литературе было опубликовано около трех сотен работ, посвященных технике «нога-в-дверях». Эта техника была протестирована в многочисленных ситуациях и с использованием разного типа просьб. Однако большинство просьб имело просоциальный характер, т. е. преследовало цель помощи людям или благотворительным организациям. Кажется, что когда эту технику используют в коммерческих целях или ради личной выгоды, она становится менее эффективной.

Помощь индивиду или коллективу. В восьми из десяти опубликованных исследований по технике «нога-в-дверях» конечная просьба была просоциальной по природе и ставила своей целью совершение благого дела, помощь нуждающемуся человеку, благотворительной или общественной ассоциации. Однако техника «нога-в-дверях» эффективна не только в этих обстоятельствах. Так, Аллен с коллегами (Allen, Schewe et Wijk, 1980) продемонстрировали, что их испытуемые (жители шведского города) с большей легкостью соглашались заполнить длинную анкету по проблемам энергетики, присланную по почте, если предварительно согласились ответить на три простых вопроса по той же теме. В этом случае согла-

сившихся на анкетирование было 67,3 против 22,2% в контрольной группе. Белл с коллегами (Bell, Cholerton, Fraczek, Rohlfs et Smith, 1994), используя технику «нога-в-дверях», призывали людей пожертвовать деньги ассоциации по борьбе со СПИДом. Предварительной была просьба подписать петицию, адресованную политическим руководителям и призывавшую усилить профилактические меры против СПИДа. Белл и коллеги отметили, что при использовании техники «нога-в-дверях» не только большее число испытуемых согласились на выполнение просьбы (23,1%) в сравнении с контрольной группой (10,1%), но также и сумма пожертвований в среднем была существенно выше: 1,63 доллара при применении техники против 0,65 в контрольной ситуации.

Этот эксперимент был проведен в США, но, видимо, культурные различия не играют здесь никакой роли, так как в исследовании, проведенном в Израиле (Scharzwald, Bizman et Raz, 1983), были получены схожие результаты во время проведения кампании по сбору денег в пользу инвалидов. В этом случае число дарителей и средняя сумма пожертвований также были выше при применении техники «нога-в-дверях».

Даже тогда, когда от испытуемого требуют чего-то большего, мы наблюдаем положительный эффект от техники «нога-в-дверях». Канн, Шерман и Элкс (Cann, Sherman et Elkes, 1975) показали, что после предварительной просьбы заполнить небольшую анкету по теме дорожной безопасности 78,3% людей согласились распространять на улице соответствующие брошюры против 50% в контрольной ситуации. В другом эксперименте (Chartrand, Pinckert et Burger, 1999) после использования техники «нога-в-дверях» 55% согласились распространять брошюры по профилактике сердечно-сосудистых заболеваний на протяжении трех часов, в то время как в контрольной ситуации на это согласились 27% испытуемых. Кантрилл (Cantrill, 1991) показал, что после первой просьбы (купить продукты пожилому человеку) 71% студентов выполнили вторую просьбу (погостить около часа у пожилого человека); в контрольной ситуации просьбу выполнили 30%.

Итак, техника «нога-в-дверях» позволяет с легкостью добиться выполнения просьбы испытуемым, если она связана с помощью конкретному человеку или коллективу. Например, Урановиц (Uranowitz, 1975) провел эксперимент, в ходе которого была обыграна следующая ситуация. Помощник экспериментатора, нагруженный сумками с продуктами, останавливался на выходе из магазина и просил прохожих посмотреть за ними, поскольку он якобы забыл что-то купить. Через несколько минут он возвращался, улыбался и благодарил испытуемого. Несколькими метрами далее испытуемый видел перед собой второго сообщника, руки которого были полностью заняты провизией. Он что-то ронял на землю, делая вид, что ничего не замечает. Естественно, в контрольной ситуации предварительная сцена не предусматривалась. Результаты показывают, что в 63% случаев в экспериментальной ситуации испытуемые давали сообщнику знать о его потере, в то время как в контрольной ситуации так поступили только 35%. Однако второй помощник экспериментатора ни о чем не просил испытуемых, и те непроизвольно предлагали ему свою помощь. Эта частная форма техники «нога-в-дверях», когда испытуемого ни о чем не просят, была названа «"нога-в-дверях" с имплицитной просьбой» (Joule et Beauvois, 2002). Репликация этого исследования подтвердила полученные данные (Pascual et Guéguen, в печати). Известно так-

3 Зак. 1014

же, что испытуемый оказывает спонтанную помощь, даже если предварительная просьба (подписать петицию в пользу инвалидов) не имеет отношения к целевой просьбе (сказать кому-то, что он потерял деньги) (Dejong, 1981). В другом исследовании (Foehl et Goldman, 1983) помощник экспериментатора сначала спрашивал у испытуемого время, а потом «случайно» ронял брошюры. 85% испытуемых помогли собрать брошюры, и только 10% — если предварительного контакта не было. Если в качестве предварительного контакта сообщник просто говорил: «Добрый день», то помощь ему оказывали реже (30%). Таким образом, получение помощи объясняется не социальным контактом, а предварительной просьбой. Поведение испытуемых, исследованное в этих экспериментах, соотносится с тем, что можно назвать «спонтанным» альтруизмом.

Наиболее ярко эффект спонтанной помощи был продемонстрирован в следующем эксперименте (Joule, Tamboni et Tafani, 2000). Помощник экспериментатора останавливал людей для получения какой-либо справки. Несколько мгновений спустя помощник экспериментатора, незаметно ронявший на землю 50 франков, обращал внимание испытуемого на то, что тот потерял эти деньги. Было подсчитано: при этом условии 65% людей сообщали, что это не их деньги, в то время как в контрольной ситуации так поступали всего 8%. Таким образом, по всей видимости, даже честность по отношению к своему ближнему регулируется техникой «нога-в-дверях».

Итак, техника «нога-в-дверях» действует, когда нужно побудить людей к участию в благотворительных акциях или к оказанию ближнему спонтанной помощи, не требующей больших усилий. Но как обстоит дело с более серьезными просьбами, требующими большего участия испытуемого и обычно вызывающими неудобство? Вскоре мы увидим, что и в этой области техника «нога-в-дверях» находит свое применение.

Хейз с коллегами (Hayes, Dwyer, Greenwalt et Coe, 1984) доказали, что техника «нога-в-дверях» способствует увеличению численности доноров крови. Испытуемые, к которым обращались представители центра переливания крови, были случайным образом отобраны из телефонного справочника. При условии техники «нога-в-дверях» у испытуемого спрашивали, сдаст ли он свою кровь, если в этом возникнет необходимость. Семь дней спустя с ним возобновляли контакт и спрашивали, не согласится ли он сдать кровь в указанные дни. Согласно полученным результатам, в общей сложности 42% испытуемых, с которыми выходили на контакт, согласились выполнить эту просьбу, в то время как в контрольной группе их набралось не более 33%. При подсчете тех испытуемых, которые действительно пришли сдать кровь, выяснилось, что в экспериментальной группе их число снизилось с 42 до 19%, а в контрольной — с 33 до 9%. Таким образом, мы видим позитивный аспект техники «нога-в-дверях» в том случае, когда просьбу нелегко выполнить. Я, однако, воздержусь от обобщений, поскольку в дальнейшем нам станет ясно, что этот эффект наблюдается не всегда. Более того, в этом случае оказанный эффект распространялся только на случайных доноров, но не на тех, кто сдает кровь регулярно, и не на тех, кто вообще этого не делает. Наконец, отмечу, что техника, использованная в данном исследовании, в действительности является не техникой «нога-в-дверях», а скорее процедурой ангажирования (см. ниже). Таким образом, довольно сложно обобщить данные, полученные в ходе этого эксперимента.

Другой тип проблемной просьбы связан с откровениями человека о самом себе. Свенсон с коллегами (Swanson, Sherman et Sherman, 1982) продемонстрировали, что студенты гораздо охотнее соглашались ответить на анкету из 45 вопросов, касающихся их сексуальной жизни, если предварительно отвечали на несколько вопросов демографического порядка мнимой анкеты о том, откуда они родом. При использовании техники «нога-в-дверях» ответить на 45 вопросов согласились 85% испытуемых, в то время как в контрольной ситуации — всего 45%. Также создалось впечатление, что испытуемые, отвечая на вопросы, чувствовали себя более непринужденно. После получения согласия испытуемых на участие в анкетировании их просили оценить, насколько комфортно они себя чувствовали, отвечая на такого рода вопросы. Результаты говорят о том, что испытуемые контрольной группы выразили больше беспокойства на этот счет, чем испытуемые экспериментальной группы.

Как мы только что видели, спектр просьб, выполнить которые испытуемые соглашаются с большей охотой, если заранее провести ряд подготовительных действий, весьма широк. Более того, очевидно, что техника «нога-в-дверях» работает и в случаях просьб, выполнить которые испытуемому затруднительно. Это является очередным доказательством эффективности данной техники. Однако до сих пор я демонстрировал только варианты просоциальных просьб, отвечающих нуждам коллектива или отдельного человека.

Возникает вопрос, может ли эта техника служить другим целям. Несмотря на ограниченное число работ, посвященных данному аспекту, уже сегодня мы можем очертить сферу применения техники «нога-в-дверях». Далее мы увидим, что она не ограничивается просоциальными вопросами.

Помощь частному лицу. Первый эксперимент Фридмана и Фрейзера (Freedman et Fraser, 1966), описанный ранее, показал, что техника «нога-в-дверях» была эффективна в том случае, когда домохозяек просили принять участие в анкетировании о продуктах потребления по заказу одной частной организации. Таким образом, мы видим, что добрые дела, благородные причины и нуждающиеся люди не являются необходимыми условиями для работы этой техники. Помимо этого, известно, что техника «нога-в-дверях» может вынудить испытуемых обслуживать чужие личные и финансовые интересы. Гольдман с соавторами (Goldman, Creason et 1982) провели такое исследование: их испытуемые должны были согласиться регулярно слушать одну радиостанцию, чтобы составить список всех записей, которые будут передаваться на протяжении шести недель. Затем они должны были отправить свой список по почте в предоставленном им конверте с маркой. Эксперимент осуществлялся по телефону. Испытуемые были отобраны из телефонного справочника одного города в случайном порядке. При условии применения техники «нога-в-дверях» испытуемых предварительно просили послушать радио в течение получаса, а потом сказать, что они думают по поводу радиопередач. Если эта просьба принималась и была выполнена, то к испытуемому обращались с целевой просьбой. Экспериментаторы оценивали степень подчинения испытуемых не в процентах, а с помощью шкалы, кодирующей их поведение от 0 (твердый отказ с немедленным прекращением разговора) до 5 (безусловное согласие). Полученные результаты были таковы: средняя степень подчинения при условии техники «нога-в-дверях» составила 2,90, в контрольной ситуации — 1,90. Что интересно, такая форма подачи результатов затрудняет оценку воздействия данной

техники на поведение человека. Так, Патч (Patch, 1986) применил реальную систему измерения в своем эксперименте, целью которого было заставить испытуемых отвечать на анкету из 50 вопросов о телевидении для частной телевизионной компании. В экспериментальном условии испытуемых предварительно по телефону просили ответить на 4 вопроса о телепередачах. В результате отвечать на длинный список вопросов согласились 75% испытуемых экспериментальной группы и 45% испытуемых контрольной группы. Нужно отметить, что более поздний эксперимент Патча (Patch, 1988), фактически идентичный первому, подтвердил эти результаты: 75% при условии «ноги-в-дверях» против 48% в контрольной ситуации. Таким образом, мы видим, что данная техника позволяет получить большее число согласий на выполнение просьбы, исходящей от частной организации. Те же результаты получены в исследовании других авторов (Hornik, Zaig et Shadmon, 1991), целью которого было получение от испытуемых согласия ответить на вопросы, касающиеся таких скользких тем, как уклонение от уплаты налогов, просмотр порнофильмов, сексуальная жизнь и т. п. При условии «ноги-в-дверях» у испытуемых спрашивали, не согласятся ли они ответить на три коротких, довольно личных вопроса по поводу ремня безопасности. Если испытуемый соглашался и отвечал на заданные ему вопросы, то через три дня с ним снова выходили на связь. Ему напоминали, что некоторое время назад он ответил на небольшой вопросник, и обращались с целевой просьбой. При условии использования техники «нога-в-дверях» ответить на второй вопросник согласились 59,7% испытуемых против 46,7% испытуемых контрольной группы. Таким образом, данная техника снова продемонстрировала свою эффективность в получении согласия на участие в исследовании, проводимом частной организацией.

На грани между личным интересом и желанием помочь другому человеку находятся исследования, в которых к испытуемому обращаются с настоятельной личной просьбой. Например, Харрис (Harris, 1972) удалось показать, что испытуемые охотнее соглашались дать ей на улице десять центов, если предварительно она спрашивала их о времени или дороге. В этом случае на ее просьбу откликнулись 42% испытуемых, в то время как в контрольной ситуации, при прямой адресации просьбы о десяти центах, — всего 11%.

Геген и Фишер-Локу (Guéguen et Fischer-Lokou, 1999) обратились на улице более чем к 3300 испытуемым (в эксперименте Харрис участвовали 45 испытуемых) с целью получения от них небольшой суммы денег. В экспериментальном условии этой просьбе предшествовал вопрос о времени. Как показывает табл. 2.3, использование техники «нога-в-дверях» позитивно повлияло не только на процент тех, кто согласился выполнить просьбу, но и на размер денежной суммы.

Таблица 2.3

Процент людей, оказавших помощь, и средняя сумма пожертвования

	Экспериментальная ситуация	Контрольная ситуация
Количество согласившихся выполнить просьбу, %	43,00	28,00
Средняя сумма пожертвования, евро	0,37	0,28

Эффект увеличения средней суммы пожертвования подтверждает результаты, полученные Беллом и коллегами (Bell et al., 1994), которые продемонстрировали, что наиболее значительные пожертвования были собраны ассоциацией борьбы со СПИДом при использовании техники «нога-в-дверях». Здесь мы видим, что такой же результат достигается и в том случае, когда о пожертвовании просят в личных интересах.

Помощь себе. До настоящего момента исследования, о которых мы упоминали, имели целью побудить человека выполнить просьбу, которая, очевидно, была для него неудобна и связана с потерей времени, денег или утечкой личной информации. В то же время вся выгода от выполнения просьбы доставалась просителям: информация — маркетинговым структурам, деньги — благотворительным организациям, добровольная помощь — ассоциациям. Довольно странным может показаться то, что выгоду, причем существенную, от применения техники «нога-в-дверях» может получать и испытуемый. Обратимся к исследованию (Dolin et Booth-Butterfield, 1995), целью которого было побудить женщин пройти гинекологическое обследование, а следовательно, способствовать профилактике рака молочных желез и шейки матки. Испытуемые рекрутировались во время собрания, посвященного охране женского здоровья. При условии использования техники «нога-в-дверях» женщина-экспериментатор останавливала испытуемую, представлялась членом Ассоциации по борьбе с раковыми заболеваниями и предлагала пособие о самостоятельном проведении маммодиагностики. Данное пособие включало указания по поводу того, как часто следует проводить такие самообследования. В контрольной ситуации экспериментатор ограничивался тем, что останавливал испытуемую и кратко сообщал ей об открытии нового центра женского здоровья, после чего спрашивал, не хочет ли она пройти диагностику. Затем всех испытуемых просили ответить на вопросы, характеризующие их отношение к проблемам охраны здоровья (включая женские заболевания). Результаты были таковы: при использовании техники «нога-в-дверях» консультацией заинтересовались 41% женщин, в контрольной же группе — лишь 25%. Кроме того, интересен тот факт, что, как показали Долин и Бут-Баттерфилд (Dolin et Booth-Butterfield, 1995), при условии использования «ноги-в-дверях» отношение к гинекологическому осмотру со стороны испытуемых стало более позитивным, чем в контрольной ситуации, несмотря на то, что эти данные были получены только в ходе опроса тех женщин, которые согласились прийти на осмотр. Эти факты показывают, что воздействие техники «нога-в-дверях» может быть долговременным.

Другое исследование (Taylor et Booth-Butterfield, 1993) продемонстрировало еще бóльшую эффективность техники «нога-в-дверях» при ее использовании в интересах испытуемого. Эксперимент был проведен барменом, которого попросили выявить испытуемых (мужчин), умеренно потребляющих алкоголь. В экспериментальной ситуации он просил некоторых своих клиентов подписать петицию против злоупотребления алкоголем, затем давал им соответствующую брошюру, предоставленную местной полицией. В контрольной ситуации этой просьбы не было. Шесть недель спустя бармен должен был следить за тем, не достигли ли клиенты состояния алкогольного опьянения, и если они были нетрезвы, когда выходили из бара, официант предлагал им вызвать такси. Результаты были таковы: 10% клиентов согласились на предложение официанта в контрольной ситуации и 58% — в экспериментальной. Таким образом, здесь мы видим позитивное влия-

ние техники «нога-в-дверях» на поведение испытуемого, но не на его намерения. В еще одном исследовании применения этой техники Жюль (Joule, 1987) продемонстрировал, что эффективность техники «нога-в-дверях» такова, что курильщики соглашаются отказаться от курения в течение восемнадцати часов, т. е. показал ее влияние как на намерения, так и на реальное поведение испытуемых. Блум (Bloom, 1998) добился того же эффекта в эксперименте, целью которого было участие испытуемых (курильщиков) в дискуссии на тему отказа от этой дурной привычки. В этом случае, для того чтобы увеличить число согласившихся участвовать в дискуссии, было достаточно краткого предварительного вопросника.

Исследование, которое провели Катцев и Джонсон, задействовало как коллективные, так и частные интересы (Katzev et Johnson, 1983). В рамках техники «нога-в-дверях» ими была использована небольшая предварительная анкета на тему потребления электроэнергии. Конечной целью было получение согласия на добровольное участие в программе по сокращению потребления электричества в быту. Степень согласия в контрольной ситуации была очень высокой (95%), что не оставляло поля для тестирования техники «нога-в-дверях». Однако выяснилось, что испытуемые экспериментальной группы более ответственно подошли к выполнению инструкций по сокращению энергопотребления, поскольку расход энергии у них был меньше, чем у испытуемых контрольной группы. Оливье и Реллан (Ollivier et Ruellan, 1993) провели следующий опыт: они приглашали женщин, долгое время находившихся в поисках работы, но отказывавшихся от сотрудничества с Национальной ассоциацией по трудоустройству (так как обращение за помощью в эту организацию сопряжено с бюрократическими формальностями), на собрание данной организации. Использование техники «нога-в-дверях» заключалось в том, что представители Ассоциации предварительно опрашивали испытуемых по телефону по поводу того, какой вариант мелодии в ожидании телефонного соединения с их офисом кажется испытуемым наиболее предпочтительным. В контрольной группе этого не было. На следующий день все испытуемые получали приглашение на информационное собрание по поводу новой образовательной программы. В результате это собрание посетили 85% женщин из экспериментальной группы и 63% — из контрольной группы.

Таким образом, эксперименты свидетельствуют о том, что техника «нога-в-дверях» эффективна и для стимулирования индивидов к действиям, необходимым для их собственного благополучия. Мы вернемся к этим результатам при анализе психологических механизмов, задействуемых данной техникой.

Эффективное действие в Интернете: электронная «нога-в-дверях». До настоящего момента я представлял вашему вниманию исследования техники «нога-в-дверях», в которых общение между испытуемым и экспериментатором происходило непосредственно. Однако общение между ними может быть и удаленным. Этот аспект уже упоминался некоторыми исследователями, работающими с техникой «нога-в-дверях». Вейант (Weyant, 1996) полагает, что данная техника может быть использована в почтовой переписке, которая является примером асинхронного и в некотором роде унимодального взаимодействия (в отличие от электронной почты). Но пока это не более чем гипотеза, не прошедшая эмпирической проверки.

Обратимся к исследованиям техник влияния, в которых используются современные средства коммуникации, широко распространенные в повседневной жизни.

Целью моего собственного эксперимента, ставшего первым исследованием влияния с помощью электронной почты (Guéguen, 2002), было получение от студентов согласия на заполнение длинной анкеты об их пристрастиях в еде посредством электронной почты. В качестве испытуемых были выбраны студенты, изучающие информатику, поскольку они могли ответить на подготовительную просьбу при условии использования техники «нога-в-дверях». Испытуемому по электронной почте отправлялось письмо, в котором у него просили техническую справку о конвертации файлов. Испытуемый не был знаком с отправителем, но из содержания письма следовало, что это студент-статистик. В качестве ответа на письмо требовалось написать всего несколько слов. Через 15 минут испытуемому отправляли новое письмо, в котором его благодарили за совет. Это же письмо содержало просьбу о принятии участия в анкетировании. Проситель ссылался на задание, выполняемое им в рамках групповой работы на оценку. К письму был прикреплен файл с анкетой в формате *HTML*, удобном для ее заполнения и отправки обратно. На это требовалось 15–20 минут. В контрольной ситуации испытуемому отправляли только второе письмо. Полученные результаты были таковы: при условии «ноги-в-дверях» на вопросы согласились ответить 76% испытуемых, а при контрольном условии — 44%. Создается впечатление, что коммуникационный контекст электронной почты, довольно бедный в плане взаимодействия и информации, не является препятствием для эффективности «ноги-в-дверях».

Это свидетельствует о том, что эффективность техники «нога-в-дверях» базируется не на природе взаимоотношений просителя и испытуемого, а на использовании последовательных просьб.

Но, конечно, эти результаты могут объясняться не только эффектом «ноги-в-дверях»: действительно, в экспериментальной ситуации испытуемого поблагодарили за отклик на первую просьбу, что могло привести к позитивному восприятию просителя, которое является условием влияния на оказание помощи другому человеку (Takemura, 1993). Очевидно, что избежать благодарности в таком случае довольно трудно, еще труднее избежать ее при условии «ноги-в-дверях» в ситуации синхронной коммуникации (в телефонном разговоре или при личной встрече). Для того чтобы все-таки избежать благодарностей в экспериментальной группе или создать возможность для их получения контрольной группой перед тем, как будет сформулирована финальная просьба, был проведен следующий эксперимент. Эффективность техники «нога-в-дверях» тестировалась в еще более бедном коммуникационном контексте (Guéguen, Jacob et Legohérel, в печати). Для проведения эксперимента был создан специальный Интернет-сайт, посвященный детям из разных стран, ставшим жертвами противопехотных мин. Сайт назывался «Дети — жертвы противо-пехотных мин», и на его главной странице были размещены фотографии детей-жертв, получивших различные травмы вследствие взрыва мины, и соответствующий эмоциональный текст. Для нужд эксперимента были сконструированы два варианта сайта, на которых удалось протестировать 1208 мужчин и женщин. Была использована программа электронной рассылки почты. Письма содержали следующий текст: «Подарите пять минут вашего времени детям, ставшим жертвами мин. Щелкните здесь...» Под этим текстом была гиперссылка на сайт. Чтобы попасть на него, испытуемому требовалось всего лишь кликнуть на данную ссылку.

В контрольной ситуации на первой странице помещалась ссылка, призывающая посетителя сайта сделать пожертвование в пользу детей, пострадавших от мин. Кликая на нее, испытуемый попадал на вторую страницу, где были размещены фотографии двух детей и благодарственный текст. На второй странице была ссылка следующего содержания: «Помогите детям. Возьмите бланк для пожертвования». Активизируя эту ссылку, испытуемый оказывался на странице, содержащей очередные фотографии и информацию о том, что сайт создан совсем недавно и еще не имеет возможности собирать пожертвования. Однако крупными буквами было добавлено, что эти пожертвования можно отправить в гуманитарные ассоциации, занимающиеся проблемами детей. Далее шли гиперссылки на три крупные гуманитарные ассоциации, нуждающиеся в пожертвованиях. При условии «ноги-в-дверях» главная страница содержала ту же информацию, но ссылка призывала испытуемых подписать петицию против противопехотных мин. При активации этой ссылки испытуемый попадал на вторую страницу, на которой были фотография ребенка и благодарственный текст. Здесь же был выложен текст самой петиции о соблюдении договора о запрете на использование противопехотных мин. Формуляр содержал четыре необходимые для заполнения графы: фамилия, имя, электронный адрес, пол, и одним кликом отправлялся в базу данных сайта. Далее испытуемый оказывался на странице, содержащей ссылку на бланк для пожертвования в пользу пострадавших от мин детей. С этой стадии экспериментальное условие начинало соответствовать контрольному. Рассматривались два независимых варианта: факт посещения страницы для внесения пожертвования и факт посещения предложенных сайтов официальных гуманитарных организаций. Результаты представлены в табл. 2.4.

Таблица 2.4

Число людей, посетивших страницу пожертвований и активировавших гиперссылку на сайты гуманитарных организаций, принимающих пожертвования, %

	Условия эксперимента	
	Техника «нога-в-дверях»	**Контрольное условие**
Активация страницы пожертвования	12,1	3,3
Активация ссылки на сайты гуманитарных ассоциаций для внесения пожертвования:		
• по отношению к общему числу тестируемых испытуемых;	5,2	1,3
• по отношению к испытуемому, активирующему страницу пожертвования	44,2	40,0

Очевидно, что факт подписания испытуемым электронной петиции определяет его согласие на выделение пожертвования гуманитарной организации. Однако в этом случае не происходит никакого социального взаимодействия, испытуемый не получает никаких благодарностей от незнакомого ему человека после заполнения формуляра петиции. В очередной раз создается впечатление, что психологический механизм действия техники «нога-в-дверях» нужно искать не в природе отношения проситель—испытуемый, а в последовательности просьб.

«Нога-в-дверях» и нежелательные просьбы. В экспериментах, описанных ранее, использовались социально значимые просьбы. Шенаб и Изонио (Shanab et Isonio, 1982) продемонстрировали эффективность техники «нога-в-дверях» даже в случаях так называемых нежелательных просьб. Речь шла о том, чтобы заставить испытуемых (студентов) принять участие в эксперименте, в котором на протяжении часа взрослый человек будет подвергаться наказанию электрическим током за ошибки, допущенные им в процессе выполнения учебного задания. В контрольной ситуации 26% испытуемых согласились выполнить просьбу экспериментатора (профессора). В экспериментальной ситуации, где в качестве подготовительной просьбы фигурировало выполнение того же задания в течение 15 минут, согласие было получено от 50% испытуемых.

...и неудачи

Мы рассмотрели множество ситуаций, в которых применение техники «нога-в-дверях» способствовало увеличению степени выполнения просьб, исходящих от самых разнообразных просителей. Однако нам следует воздержаться от обобщений и мыслей о том, что эта техника успешно работает в любом случае. «Нога-в-дверях» может оказаться неэффективной даже в ситуациях, практически идентичных тем, в которых она была удачной. Успешные и неудачные случаи использования этой техники побуждают меня к тому, чтобы взять паузу и постараться понять, что методологически разделяет эти эксперименты.

Итак, ранее я продемонстрировал, как при помощи техники «нога-в-дверях» удалось повлиять на намерения и поведение испытуемых в эксперименте, целью которого было увеличение числа доноров крови (Hayes et al., 1984). Тестируя эту технику, Чалдини и Аскани (Cialdini et Ascani, 1976) провели подобный эксперимент среди студентов. В этом случае подготовительной просьбой служило помещение наклейки, рекламирующей донорство крови, на дверях комнаты испытуемого в студенческом общежитии. К сожалению, это не принесло желаемого результата: в контрольной группе процент согласившихся оказался таким же. По мнению авторов, страх перед сдачей крови был таков, что испытуемым не удалось его преодолеть, несмотря на давление, оказанное «ногой-в-дверях». К такому же заключению пришли Фосс и Демпси (Foss et Dempsey, 1979), которые протестировали различные подготовительные просьбы и не обнаружили воздействия техники ни на намерения, ни на поведение испытуемых. Эти данные противоречат данным, полученным Хейзом (Hayes et al., 1984). Два процитированных здесь исследования проводились на выборке студентов, в то время как у Хейза с коллегами испытуемые отбирались случайным образом из телефонного справочника. Более того, этим исследователям удалось оказать воздействие только на случайных доноров, а не на тех, кто донорами никогда не был. Однако испытуемые в других экспериментах (Cialdini et Ascani, 1976; Foss et Dempsey, 1979) были как раз теми, кто никогда не сдавал кровь. Наконец, напомним, что техника, использованная Хейзом, была в большей степени техникой ангажирования, нежели «ногой-в-дверях». В общем, здесь мы имеем целый ряд противоречий, которые не позволяют ответить на вопрос, может ли в действительности «нога-в-дверях» быть эффективной в увеличении числа доноров крови. Чтобы дать на него четкий ответ, необходимо провести исследования с использованием множества испытуемых с разными переменными и одной постоянной методологией.

Меньшая восприимчивость к технике «нога-в-дверях» со стороны тех, кто никогда не был донором крови, объясняется еще и тем, что многие боятся сдавать кровь, для них сложно принять такое решение. Отвечать на вопросы анкеты — меньшее из зол, и множество примеров демонстрирует, что в таких случаях техника эффективна. Однако ряд исследований демонстрирует ограничения данной техники и в этих ситуациях. Так, Грув и Магилави (Groves et Magilavy, 1981) пытались показать, что для привлечения людей, случайно выбранных из телефонного справочника, к участию в тридцатиминутном анкетировании по вопросам здоровья, использование техники «нога-в-дверях» (предварительная просьба — ответить на два вопроса) весьма эффективно: оно позволило увеличить (+5,1%) число тех, кто согласился на финальную просьбу. Однако та же статистика была и в контрольной группе. Незначительная разница результатов указывает на низкую эффективность этой техники влияния. Впрочем, в данном конкретном исследовании дело могло быть и в том, что подготовительная просьба была слишком слабой. Тем не менее не следует забывать, что отмечены и случаи реальных неудач при использовании техники «нога-в-дверях». Ферс с соавторами (Furse, Stewart et Rados, 1981) показали беспомощность этой техники в ситуации, когда подготовительная просьба представляла собой ответ на краткий телефонный опрос, а финальная подразумевала ответ на анкету, присланную по почте. Использование «ноги-в-дверях» не принесло здесь никакого эффекта.

Факторы влияния «ноги-в-дверях»

Как мы только что убедились, техника «нога-в-дверях» работает и... не всегда работает. Во всяком случае, эта техника позволяет получить от испытуемых согласие на выполнение просьб самого разнообразного содержания во множестве ситуаций. Для проверки ее воздействия на подчинение индивидов были проведены четыре мета-анализа, основанных на материалах большого числа исследований (Beaman, Cole, Preston, Klentz et Steblay, 1983; Burger, 1999; Dillard, Hunter et Burgoon, 1984; Fern, Monroe et Avila, 1986). В общем и целом значимость эффекта равна 0,11, что в среднем выше результатов в контрольной ситуации на 11%. Это может показаться несущественным, однако следует отметить, что типичный разрыв по результатам выше и равен 0,14, а это свидетельствует о том, что существует большое количество вариантов для эффективной работы «ноги-в-дверях». При более детальном рассмотрении стало очевидно, что исследования, имевшие одинаковую цель (как в случае с донорством крови), проводились на основе разных методологий, исследователи же проигнорировали эти факторы. Тем не менее, несмотря на то что консенсус еще не достигнут и существуют противоречия, мне удалось обнаружить некоторые механизмы, делающие возможным или невозможным функционирование техники «нога-в-дверях».

Просоциальный характер просьбы

Хотя мы видели, что техника «нога-в-дверях» была эффективна и в случае просьбы о помощи частной организации, известно, что она работает прежде всего в области просоциальных просьб. В любом случае эти исследования настолько различны с точки зрения методологии и выбранной цели, что из них довольно сложно вычленить основные принципы функционирования техники. Проведен-

ный мета-анализ (Dillard, Hunter et Burgoon, 1984) позволил разделить просьбы по наличию просоциального признака на сильные (благотворительные организации и т. п.) и слабые (частные компании, маркетинг) и подтвердил, что сильный просоциальный характер просьбы является важнейшим условием эффективности этой техники. Диллард и Хейл (Dillard et Hale, 1992) провели эксперимент, целью которого было заставить испытуемого ответить на вопросы анкеты на тему телевизионных программ. В этой ситуации просоциальность анкеты обеспечивалась социальными характеристиками просящей организации. В первом условии просьба исходила от национальной ассоциации родителей, стремящихся к производству высококачественных программ, ориентированных на молодежь (высокий просоциальный характер), во втором условии — от неизвестной мультимедийной организации (средний просоциальный характер), в третьем — от частного общества коммерческого сектора мультимедиа (низкий просоциальный характер). При условии «нога-в-дверях» испытуемых, выбранных в случайном порядке из телефонного справочника одного города, просили ответить на три вопроса относительно телевидения. Затем к ним обращались с финальной просьбой. В контрольном условии фигурировала только финальная просьба. Полученные результаты представлены в табл. 2.5.

Таблица 2.5

Степень выполнения просьбы, %

	Просоциальный характер		
	низкий	средний	высокий
Техника «нога-в-дверях»	68	76	83
Контрольное условие	53	67	69

Просоциальный характер просьбы, бесспорно, имеет значение. По мнению авторов (Dillard et Hale, 1992), не стоит пренебрегать этим фактом, если есть желание использовать метод, направленный на увеличение степени выполнения просьбы. Техника «дверью-по-носу» не является здесь исключением.

Временной промежуток между двумя просьбами

Исследование Фридмана и Фрейзера (Freedman et Fraser, 1966) показало, что «нога-в-дверях» эффективна в случае, когда просьбы разделяют две недели. Напомним, что эти авторы хотели, чтобы жители пригородных домов установили у себя в саду плакат размером 16 м^2 в целях повышения дорожной безопасности. В качестве подготовительной просьбы фигурировало подписание петиции или размещение стикера на машине. Однако подписание петиции — это тот акт, о котором можно забыть, в то время как факт размещения наклейки на собственной машине постепенно усиливает собственную значимость. Эти исследователи показали, что бóльшая степень подчинения была у тех, кого попросили наклеить стикер. В этом случае довольно сложно сказать, была ли объективно оценена значимость временного промежутка. Чтобы проконтролировать этот момент, Бимен с соавторами (Beaman, Steblay, Preston et Klentz, 1988) провели серию экспериментов, целью которых было побудить женщин, случайным образом отобранных из теле-

фонного справочника, ответить на анкету о товарах широкого потребления. При условии «нога-в-дверях» исследователи оставляли 1, 4, 7, 11, 15 и 19 дней между финальной и предварительной просьбой (простым вопросником из трех-четырех вопросов). В зависимости от случая испытуемому напоминали или не напоминали о том, что он уже отвечал на маленький вопросник. Результаты не показали никакого эффекта: при разных временных промежутках (от 1 до 19 дней) и напоминании о первой просьбе была получена одинаковая степень выполнения финальной просьбы. Таким образом, создается впечатление, что если временная дистанция между подготовительной и конечной просьбой и оказывает влияние на поведение испытуемых, то ее нужно искать за пределами 19 дней. По моим сведениям, такого исследования не проводилось, но, судя по всему, время не имеет здесь большого значения. Этот аргумент был подкреплен мета-анализом (Dillard, Hunter et Burgoon, 1984), направленным на выяснение зависимости степени выполнения финальной просьбы от временнóго промежутка между двумя просьбами по материалам 68 опубликованных экспериментов. Результаты свидетельствуют о нулевой корреляции.

Если «нога-в-дверях» работает по прошествии многих недель со времени первой просьбы, необходимо, как считают Чартранд, Пинкерт и Бержер (Chartrand, Pinckert et Burger, 1999), воздержаться от слишком быстрого обращения к испытуемому со второй просьбой. Эти исследователи полагают, что скорое предъявление второй просьбы со стороны того же лица либо организации может восприниматься испытуемым как попытка ограничить его свободу в принятии решения, что, в свою очередь, приведет к снижению степени выполнения просьбы. Чтобы в этом убедиться, исследователи провели эксперимент, задачей которого было привлечение волонтеров к распространению в течение трех часов брошюр о профилактике сердечно-сосудистых заболеваний. Исследователи смоделировали четыре ситуации. В первом случае к испытуемому сначала подходил помощник экспериментатора, который спрашивал, не согласится ли тот поносить значок одной ассоциации по борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями. Все испытуемые дали согласие, и значки были розданы. При условии одного просителя через несколько секунд помощник экспериментатора обращался с финальной просьбой, а при условии двух разных просителей первый помощник экспериментатора покидал испытуемого, оставив ему значок. Минуту спустя появлялся второй помощник экспериментатора и обращался с просьбой. В двух других ситуациях, смоделированных по принципу «замедленной просьбы», события развивались тем же путем, за тем исключением, что один и тот же проситель или два разных просителя обращались с финальной просьбой к испытуемому через два дня после того, как он согласился носить значок. Полученные результаты представлены в табл. 2.6.

Очевидно, что «нога-в-дверях» функционирует, но исключительно в тех случаях, когда испытуемый имеет дело с разными просителями или есть временной промежуток между двумя просьбами. Что интересно, представленные результаты не снимают проблемы, поскольку большое число предыдущих исследований продемонстрировало эффективность «ноги-в-дверях» в ситуациях с одним просителем и незначительным временным промежутком. Вероятно, разница результатов между одним и двумя просителями при условии незамедлительной просьбы может быть объяснена за счет времени: несколько секунд в первом случае и минута во втором. Очевидно, что этот эксперимент оставляет множество вопросов.

Таблица 2.6

Степень выполнения просьбы в зависимости от различных временных условий и просителя, %

	Один проситель	Разные просители
Отсутствие паузы между просьбами	7,0	51,4
Наличие паузы между просьбами	62,5	50,0
Контрольная ситуация	27,0	

«Цена» просьбы

«Нога-в-дверях» является техникой, которая основывается на последовательных просьбах, а значит, вполне закономерно будет предположить, что существенное влияние оказывает «цена» этих просьб. Так, если подготовительная просьба потребовала некоторых затрат, то у испытуемого может сложиться впечатление, что он уже достаточно сделал для просителя. И наоборот, если просьба незначительная, то испытуемому ничего не стоило ее выполнить и его легче удержать. С другой стороны, предварительная просьба есть не что иное, как простое установление контакта, поскольку эксперименты ясно показали, что она дает возможность получить бо́льшую степень подчинения, чем при условии обыкновенного контакта (Foehl et Goldman, 1983; Freedman et Fraser, 1966). Обратимся к исследованиям, посвященным этому аспекту.

Снайдер и Каннингем (Snyder et Cunningham, 1975) продемонстрировали, что техника «нога-в-дверях» не работает в случае непомерной предварительной просьбы. Однако ниже, в разделе, посвященном технике «дверью-по-носу», мы увидим, что, к сожалению, эти авторы выждали три дня между двумя просьбами, иначе они могли бы заявить об открытии новой техники. Селигман, Буш и Кирш (Seligman, Bush et Kirsch, 1976), которые первыми систематически исследовали фактор качества предварительной просьбы, использовали метод постепенного увеличения ее цены. Целью было побудить испытуемых ответить на 55 вопросов об энергетическом кризисе и инфляции. Было проанализировано четыре ситуации (т. е. четыре степени подготовительных просьб). В качестве предварительной просьбы использовалось участие в телефонном опросе, подразумевавшем ответы «да» или «нет» на несколько вопросов. Если испытуемый соглашался, то ему задавали 5, 20, 30 или 45 вопросов, для ответа на которые требовалось в среднем 15, 60, 105 или 180 секунд. Испытуемого благодарили, а затем через два дня с ним снова выходили на связь, с тем чтобы получить его согласие отвечать на другие вопросы по поводу энергетического кризиса и инфляции. Естественно, в контрольной ситуации к испытуемому обращались только с финальной просьбой. Полученные результаты, подтверждающие то, насколько значимо качество предварительной просьбы, представлены в табл. 2.7.

Очевидно, что качество подготовительной просьбы имеет значение. Однако мы не наблюдаем линейной зависимости между выполнением финальной просьбы и качеством предварительной. Создается впечатление, что можно говорить о неком поле, в котором функционирует «нога-в-дверях». Это противоречит данным Дилларда с соавторами (Dillard, Hunter et Burgoon, 1984), продемонстриро-

вавшим наличие положительной связи между выполнением финальной просьбы и качеством предварительной просьбы. Их мета-анализ объял все исследования, в которых авторы приписывали испытуемым негативную оценку качества просьбы (затратная/незначительная), в то время как у Селигмана и коллег (Seligman, 1976) качество просьбы оценивалось как прогрессивное. Более того, корреляция, полученная Диллардом и коллегами, несмотря на свою значимость, довольно слаба ($r = 0{,}25$). Но остается некоторая неясность: вопреки ожиданиям более затратная предварительная просьба не имела негативного влияния на дальнейшую помощь. Тем не менее испытуемые могли почувствовать, что сделали уже достаточно. Для ответов на вопросы предварительной анкеты требовалось не более трех минут, и, следовательно, эта просьба воспринималась как умеренная, а не как затратная. Итак, для полноты картины не хватает ситуации, в которой достаточно сложная предварительная просьба активизировала бы у испытуемого чувство того, что он уже достаточно сделал для просителя.

Таблица 2.7

Степень выполнения конечной просьбы в зависимости от качества предварительной просьбы, %

Техника «нога-в-дверях»: количество вопросов предварительной анкеты				Контрольная ситуация
5 вопросов	20 вопросов	30 вопросов	45 вопросов	
38,1	34,8	73,7	73,9	30,7

Эксперимент такого рода был проведен Рейнгеном и Кернамом (Reingen et Kernam, 1977). В его ходе испытуемым задавали вопросы о бытовых товарах. Предварительная просьба, с которой обращались к домохозяйкам, подразумевала вопросник в 5 (малозатратная просьба) и 35 (весьма затратная просьба) вопросов. Затем спустя 7–9 дней другой интервьюер, якобы представитель другой организации, просил их ответить на новую анкету о бытовых товарах. Результаты свидетельствуют о том, что эффект был получен лишь при условии малозатратной предварительной просьбы (75% согласившихся выполнить финальную просьбу). При условии весьма затратной предварительной просьбы только 53% испытуемых согласились выполнить финальную просьбу, что фактически совпало с контрольной ситуацией (58%). Как видите, факт однократного оказания помощи не предрасполагает к последующей помощи. Тот же эффект наблюдается и при использовании имплицитной просьбы (Joule & Beauvois, 2002). Таким образом, спонтанная помощь другому (без эксплицитной просьбы) может быть спровоцирована качеством предварительной просьбы. Так, Миллер и Салс (Miller & Suls, 1977) при условии применения техники «нога-в-дверях» спрашивали у прохожих дорогу. В одном случае эту информацию было предоставить легко, в другом — сложно, что было связано с временны́ми затратами и объяснением деталей. После получения ответа на свой вопрос помощник экспериментатора благодарил испытуемого и уходил. Пройдя несколько метров, испытуемый натыкался на второго сообщника, который «случайно» ронял сумку с продуктами. В результате при условии легкой подготовительной просьбы помощь ему предложили 64% испытуемых, при условии затратной подготовительной просьбы — не более 12% и в контрольной ситуации — 32%. Но этому эксперименту не хватает условий с уме-

ренной и очень незначительной просьбами для выяснения действительной связи между «ценой» предварительной просьбы и выполнением финальной. Шенаб и О'Нил (Shanab & O'Neill, 1982) в своей работе частично восполнили этот пробел. Исследователи добивались того, чтобы студенты согласились ассистировать в течение часа одному ученому в его эксперименте по обучению животных. Для начала их попросили принять участие в пробном эксперименте, длящемся 15 минут (умеренная просьба) или 1 минуту (ничтожная просьба). В контрольной ситуации испытуемые согласились на выполнение финальной просьбы в 30% случаев, при условии использования техники «нога-в-дверях» с умеренной просьбой — в 70% случаев, а при условии «ноги-в-дверях» с ничтожной просьбой — всего лишь в 25%. Создается впечатление, что как ничтожная, так и слишком затратная предварительная просьбы не способствуют выполнению конечной просьбы.

Таким образом, качество предварительной просьбы имеет значение для выполнения последующей просьбы. Кажется, что идеалом здесь является предварительная умеренно затратная просьба. Но я воздержусь от обобщения результатов представленных работ, поскольку между экспериментами существуют методологические различия, что делает сложным сравнение просьб по качественному признаку.

Гольдман, Кризон и Мак-Колл (Goldman, Creason et McCall, 1981) задались вопросом, какие результаты позволило бы получить постепенное увеличение цены просьбы. Они предложили вариант парадигмы под названием «двойная “нога-в-дверях”», где вместо традиционной предварительной просьбы имели место... две предварительные просьбы.

Две предварительные просьбы вместо одной: парадигма «двойная “нога-в-дверях”». В ходе этого эксперимента Гольдман и коллеги попытались добиться того, чтобы испытуемые составили список всех записей, прозвучавших на определенной радиостанции в течение шести недель, а затем послали его по указанному адресу в предоставленном им конверте с маркой. При условии использования техники «нога-в-дверях» испытуемые были подготовлены с помощью одного вопроса: их попросили назвать две радиостанции, которые они слушают наиболее часто. При условии «двойной “ноги-в-дверях”» к испытуемым обращались с тем же вопросом, а затем просили их в течение получаса слушать радио и после этого ответить на некоторые вопросы относительно передачи. Когда согласие было получено, испытуемому говорили, что в дальнейшем к нему обратятся с последней просьбой, и сообщали ее суть. Результаты свидетельствуют о том, что если «нога-в-дверях» эффективна, то «двойная “нога-в-дверях”» эффективна еще больше, поскольку последовательное увеличение «цены» просьбы способствует выполнению испытуемыми финальной просьбы. Недавнее исследование Долински (Dolinski, 2000) подтверждает бóльшую эффективность «двойной “ноги-в-дверях”» в ситуации с более банальной просьбой: приглядеть на улице за внушительной сумкой помощника исследователя, который забыл у себя дома какую-то вещь. При условии «ноги-в-дверях» за минуту до этого испытуемого просили указать дорогу, в то время как при условии «двойной “ноги-в-дверях”» первый помощник экспериментатора просил испытуемого указать дорогу, а затем второй помощник экспериментатора просил его подписать петицию. В результате 46% испытуемых согласились посторожить сумку при условии «двойной “ноги- в-дверях”», 36% — при условии «простой» «ноги-в-дверях» и 18% — в контрольной ситуации, в кото-

рой фигурировала только последняя просьба. Таким образом, мы еще раз убеждаемся в том, что две предварительные просьбы с большей эффективностью способствуют выполнению испытуемыми финальной просьбы, чем одна.

Но из всех этих исследований трудно вывести общие закономерности, отражающие влияние «цены» просьбы. Во всяком случае очевидно, что эта переменная значима и может объяснять неудачи техники «нога-в-дверях».

Теоретические объяснения эффекта «ноги-в-дверях»

После того как мы представили широкий спектр исследований, протестировали технику «нога-в-дверях» во множестве ситуаций, разнообразили просьбы и их качество, мы пришли к выводу, что эффективность техники определяет ряд факторов. Действительно, предварительная просьба вкупе с финальной просьбой активизируют некоторые процессы в сознании испытуемого, которые влияют на его поведение. Совершенно естественно, что теоретические объяснения процессов, которые задействует техника «нога-в-дверях», были подвергнуты экспериментальной проверке. Мы представляем здесь эти теории и то, насколько обоснованы они эмпирически.

Теория самовосприятия

Исторически эта теория является главной и получившей наибольшую эмпирическую проверку. Именно она была выдвинута первой авторами техники (Freedman et Fraser, 1966) и подтверждена в работах Бем (Bem, 1972). По мнению Бем, индивид соотносит себя с чем-либо на основе своего поведения. Так, применительно к «ноге-в-дверях» испытуемый, выполняя первую просьбу, приходит к выводу, что он относится к людям, которые помогают другим. Поэтому, когда к испытуемому обращаются со второй просьбой, он хочет соответствовать первоначальному самовосприятию и более охотно соглашается на ее выполнение. Во многих работах, часть из которых была представлена ранее, правомерность этой гипотезы подтверждалась тем фактом, что при высокой «цене» предварительной просьбы повышается степень подчинения финальной просьбе (Seligman, Bush et Kirsh, 1976). Однако, чтобы самовосприятие начало действовать, просьба должна иметь определенный характер, а именно такой, чтобы испытуемый захотел оценить себя как человека, способного оказать помощь или заинтересованного в решении некой проблемы, и начал действовать соответствующим образом. Это подтвердили Шенаб и О'Нил (Shanab et O'Neill, 1982), которые показали, что ничтожная просьба не позволяет получить положительный эффект от применения «ноги-в-дверях». Напротив, следуя этой теории, высокая степень включенности, вызванная предварительной просьбой, способствует возникновению самовосприятия. Хансен и Робинсон (Hansen & Robinson, 1980) обращались к испытуемым с предварительной просьбой о заполнении небольшой анкеты. В зависимости от случая им говорили, что они должны ответить просто «да» или «нет» (слабое участие) или же ответить «да» или «нет» и затем уточнить (более значимое участие). Эффект от применения «ноги-в-дверях» наблюдался в обоих случаях, но при более значимом участии степень выполнения финальной просьбы была большей. Влияние импликации первой просьбы было выявлено во множестве работ (Dillard, 1990; Fish

et Kaplan, 1974; Kamins, 1989; Pliner, Hart, Khol et Саари, 1974; Tybout, 1978; Wang, Brownstein et Katzev, 1989) и продемонстрировало сверхэффективность этой техники. Поведенческое исполнение предварительной просьбы в большей степени, чем вербально выраженное согласие, способствует выполнению финальной просьбы (Burger et Petty, 1981; Dillard, 1990; Fish et Kaplan, 1974). Действительно, совершение действия увеличивает вероятность самовосприятия, поскольку испытуемый находится в состоянии конфронтации между своим действием и объяснением, которое он должен ему дать. Еще Гольдман, Кризон и Мак-Колл (Goldman, Creason et McCall, 1981) показали, что «двойная “нога-в-дверях”» более эффективна в смысле подчинения, нежели «простая» «нога-в-дверях». Природа финальной просьбы в равной степени имеет значение. Чтобы испытуемый ощутил, что он занимается «великими» делами, нужно, чтобы просьба производила соответствующее впечатление. К тому же просоциальный характер просьбы является благоприятным фактором для эффективного функционирования техники «нога-в-дверях» (Dillard et Hale, 1992; Dillard, Hunter et Burgoon, 1984).

Теория самовосприятия объясняет также и то, почему «нога-в-дверях» не всегда работает. Так, в соответствии с этой теорией отказ от выполнения первой просьбы логически должен подвести испытуемого к выводу о том, что он не является тем человеком, который помогает другим людям, что он не чувствителен к тем проблемам, которыми озабочен проситель... что как следствие должно отразиться и на финальной просьбе. Исследования неоднократно демонстрировали этот феномен (Cann, Sherman et Elkes, 1975; Crano et Sivacek, 1982; Snyder et Cunningham, 1975). Другим способом активирования самовосприятия может служить наклеивание ярлыка, характеризующего поведение испытуемого после выполнения им первой просьбы. С этой точки зрения оценка испытуемого как человека, который помогает или не помогает другим людям, который является или не является великодушным, должна воздействовать на подчинение второй просьбе. Эту технику использовали Гольдман, Сивер и Сивер (Goldman, Seever et Seever, 1982). Данные авторы поручили первому помощнику останавливать студентов, идущих в библиотеку, и спрашивать у них, как куда-либо пройти. В одном случае помощник экспериментаторов тепло благодарил испытуемого (положительный ярлык), а в другом случае вел себя оскорбительно, подвергая сомнению способность испытуемого указать верное направление (негативный ярлык). Наконец, в третьем случае (классическая «нога-в-дверях») испытуемому адресовалось простое «спасибо». Через несколько минут после того, как испытуемый входил в библиотеку, его останавливал второй сообщник, который спрашивал у него, не согласится ли он уделить два часа своего времени для участия в благотворительном телемарафоне, который пройдет в следующем месяце. Результаты показывают, что при условии положительной характеристики действий испытуемого степень подчинения второй просьбе была выше, чем при условии «простой» «ноги-в-дверях» (67 и 40%). В то же время результаты в этих двух группах заметно отличаются от результатов, полученных при условии негативной характеристики (20%) и в контрольной группе (17%). По мнению авторов, эти результаты подтверждают теорию самовосприятия. Первая просьба служит активированию самовосприятия. Ярлык «отзывчивый» подвигал испытуемого на выполнение последующих просьб, а ярлык «неотзывчивый» вызывал обратную реакцию. Необходимо отметить, что эти результаты были повторены. Горассини и Олсон (Gorassini et Olson,

1995) показали, что испытуемый, охарактеризованный по исполнении первой просьбы как «великодушный», гораздо легче соглашается на вторую, чем когда ему говорят простое «спасибо». Эпитеты «участвующий в общем деле» и «любезный» приводят к одинаковому эффекту (Kamins, 1985). Другой способ доказать теорию самовосприятия — воспрепятствовать его реализации. Этот подход применили Цуккерман с соавторами (Zuckerman, Lazzaro et Waldgeir, 1979), которые продемонстрировали, что компенсация за выполнение первой просьбы (небольшое денежное вознаграждение за участие в опросе) приводит к снижению эффекта «ноги-в-дверях» в сравнении с контрольной ситуацией. В то же время при отсутствии компенсации такого рода мы получаем классический эффект «ноги-в-дверях». Действительно, чтобы произошло самовосприятие, испытуемый должен соотнести свой поступок со своими личностными качествами, а не с внешними стимулами (деньги).

Другой оригинальный способ проверки этой теории предложили Айзенберг с соавторами (Eisenberg, Cialdini, McCreath et Shell, 1987). Эти авторы исследовали технику «нога-в-дверях» в связи с психическим развитием человека. Они исходили из множества работ, подтверждающих, что устойчивое поведение, характеризующееся определенными чертами, появляется у ребенка к 7 годам (Grusec, Kuczinski, Rushton и Simutis, 1978). Таким образом, можно предположить, что до 7 лет ребенок не в состоянии осознать, что актуальное поведение предшествует будущему поведению: исследования показали, что только в возрасте 7–8 лет ребенок способен сделать подобное предсказание (Rholes et Ruble, 1984). В связи с этим исследователи ожидали, что эффект «ноги-в-дверях» не распространится на детей до 7 лет. В качестве эксперимента они провели игру, в ходе которой здоровый ребенок мог помочь больному, отдав ему выигранные им купоны, позволяющие получить на них игрушку. Условия «ноги-в-дверях» были соблюдены таким образом, что в качестве предварительного условия здоровый ребенок давал больному какую-нибудь маленькую вещь. Дети были распределены по трем группам в зависимости от возраста: 5–6, 7–8 и 10–11 лет. Результаты показали, что «нога-в-дверях» эффективна в группах детей 7–8 и 10–11 лет. Поведение же детей 5–6 лет не отличается от поведения в контрольной ситуации. По-видимому, поскольку в этом возрасте ребенок не в состоянии соотнести свое поведение с присущими ему личностными качествами, он не чувствителен к воздействию предварительной просьбы, а значит, и к технике «нога-в-дверях» в целом.

Применение техники «нога-в-дверях» при условии имплицитной просьбы также может служить подтверждением теории самовосприятия. Вспомним эксперимент (Uranowitz, 1975), показавший, что факт оказания предварительной помощи (например, первому сообщнику, который попросил посторожить его вещи) способствует оказанию помощи другому человеку (например, второму помощнику, который уронил что-то на землю и делает вид, будто не заметил этого). Во всяком случае, этот эффект базируется на обосновании помощи в случае предварительной просьбы. Когда помощник экспериментатора говорил, что потерял бумажник с очень крупной суммой денег, это не способствовало оказанию испытуемым помощи второму помощнику, однако эффект «ноги-в-дверях» наблюдался в том случае, когда обоснованием помощи был тот факт, что первый помощник экспериментатора потерял всего лишь один доллар. Подобное различие может быть объяснено в рамках теории самовосприятия, поскольку, если обоснование является силь-

ным, у испытуемого нет другого выбора, кроме как помочь сообщнику (не принято отказывать в помощи тому, с кем случилась неожиданная неприятность); в то же время если обоснование ничтожно, то у испытуемого может появиться ощущение, будто он согласился потому, что относится к типу людей, готовых оказать помощь даже в самых незначительных случаях. Фактически, будучи в ситуации квазипринуждения, испытуемый не смог почувствовать себя человеком, у которого есть истинная, личная мотивация помочь другому человеку. Обстоятельства были такими, что он не мог поступить иначе. Действительно, обстоятельства — это причина внешняя, а не внутренняя. Они не могут вызвать самоанализ.

Однако данные ряда исследований ставят теорию самовосприятия под сомнение. Так, Дейонг (Dejong, 1981) показал, что когда испытуемый подписывал петицию в пользу инвалидов в качестве предварительной просьбы и ему давали понять, что его согласие неожиданно (многие отказались), это приводило к понижению степени оказания дальнейшей помощи тем же людям по сравнению с контрольной ситуацией. В то же время если испытуемому говорили, что почти все уже подписали эту петицию, «нога-в-дверях» оказывалась эффективной. Однако в соответствии с теорией самовосприятия осознание испытуемым того, что он был единственным, кто подписал петицию, должно было породить ощущение, что он является человеком, заботящимся о других людях, а это способствовало бы дальнейшему оказанию помощи с его стороны. Свою роль здесь играет и время. Возможно, что, если первую и вторую просьбы разделяет значительный временной промежуток, первоначально активизированное самовосприятие забывается. Отсюда следует, что нет достаточных оснований утверждать, будто «нога-в-дверях» работает даже тогда, когда просьбы разделяют многие дни и даже недели. Мы уже видели, что отсутствие эффекта времени между просьбами при использовании техники «нога-в-дверях» было выявлено в ходе многих экспериментов. Так, один из вышеописанных опытов (исследование с использованием сайта) демонстрирует несостоятельность теории самовосприятия.

В этом опыте самовосприятие могло иметь место и в контрольной ситуации. Действительно, испытуемый получал письмо по электронной почте, приглашающее его посетить сайт, если его волнуют судьбы детей, пострадавших от противопехотных мин. Да, такая контрольная ситуация фактически сама по себе образует условия «ноги-в-дверях». Однако если даже самовосприятие было активизировано таким предварительным действием (нажатие на ссылку), это плохо объясняет различия между двумя группами.

Теория вовлеченности

Теория вовлеченности была выдвинута в целях объяснения эффекта «ноги-в-дверях» (Joule, 1987; Joule et Beauvois, 1998, 2002). С этой точки зрения чем больше испытуемый вовлечен в действия, тем выше вероятность совершения им последующих соответствующих поступков. Действительно, если мы обратимся к многочисленным работам, посвященным «ноге-в-дверях», то увидим, что эта теория объясняет массу экспериментальных вариантов техники манипуляции. Тем не менее зачастую приходится ссылаться на те же исследования, которые используются и для подтверждения теории самовосприятия. Так, Цуккерман с соавторами (Zuckerman, Lazzaro et Waldgeir, 1979) продемонстрировали, что когда индивид

получает компенсацию за участие в подготовительном акте (небольшое денежное вознаграждение за ответ на анкету), это приводит к снижению эффекта «ноги-в-дверях» по сравнению с контрольной ситуацией. В то же время если эта компенсация отсутствует, то мы наблюдаем классический эффект «ноги-в-дверях». Действительно, для того чтобы произошло вовлечение, испытуемому необходимо ощутить ту связь, которая имеется между ним самим и его действиями. Этого не произойдет в случае денежного вознаграждения, поскольку связь будет заключаться в компенсации.

Для того чтобы испытуемый почувствовал себя вовлеченным в действие, необходимо, чтобы подготовительная просьба была соответствующей. Да, мы уже видели, что незначительная просьба не позволяет получить классический эффект «ноги-в-дверях». Мы также знаем, что степень вовлечения индивида напрямую зависит от значимости производимого им действия (Kiesler et Sakumura, 1966). Этот принцип полностью аналогичен принципу дополнительного воздействия на подчинение, оказываемого «двойной “ногой-в-дверях”» Гольдмана, Кризон и Мак-Колл (Goldman, Creason et McCall, 1981). Подобным же образом Жюль (Joule, 2001), частично использовав метод «ярлыка», предложенный Гольдманом, Сивер и Сивер (Goldman, Seever et Seever, 1982), в целях активации самовосприятия продемонстрировал, что если по выполнении первой просьбы испытуемый характеризуется таким образом, что ощущает себя полностью ответственным за свой поступок, это в большей степени способствует оказанию им дальнейшей помощи, чем тогда, когда в характеристике не упоминается его личная ответственность. Наконец, известно, что вовлечение сильнее, когда испытуемому предоставляется свобода в совершении действия (Joule et Beauvois, 1998, 2002). Известно также, что простое упоминание о свободе предрасполагает к подчинению (Guéguen et Pascual, 2000; Pascual et Guéguen, 2002). Урановиц (Uranowitz, 1975) показал, что если испытуемый не видит возможности отказать в выполнении первой просьбы (посторожить вещи кого-то, кто думает, что потерял документы или крупную сумму денег), это приводит к меньшему оказанию помощи с его стороны в дальнейшем по сравнению с контрольной ситуацией или с ситуацией, в которой у испытуемого есть выбор согласиться или отказаться. Свобода действия является фактором, предрасполагающим к вовлечению. Два моих собственных эксперимента, посвященных исследованию электронной «ноги-в-дверях», подтверждают правомерность этой теории, поскольку испытуемые получали электронные письма от незнакомого им человека, который просил их ответить на вопросы или посетить сайт. Действительно, в этих условиях испытуемые не подвергались такому давлению, как в ситуациях личного контакта или телефонной беседы, где требуется приложение усилий, чтобы обозначить свой отказ он выполнения просьбы. Однако «нога-в-дверях» оказалась эффективной и в случае электронной переписки. Таким образом, вполне вероятно, что свобода ответить или не ответить на письмо, посетить или не посетить сайт в большей степени способствовала вовлечению испытуемых и тем самым подвигла их к более охотному выполнению просьб.

Как видите, одни и те же исследования способны выступать в качестве доказательств и той и другой теории. В результате довольно сложно оценить их по отдельности. Самым простым способом будет исследование того, остается ли теория вовлечения правомерной, в то время когда теория автоперцепции не срабатывает. Фактически исследование Дейонга (Dejong, 1981), которое не привело

к воспроизводству эффекта «ноги-в-дверях», является сходным с теорией вовлечения. Эта теория не испытывает необходимости в том, чтобы испытуемый ощущал себя единственным человеком, который выполнил подготовительную просьбу. Более того, временной фактор не совместим с эффектом постоянства самовосприятия, но известно, что вовлечение имеет более долгосрочный эффект, что, в свою очередь, могло бы объяснить эффект «ноги-в-дверях», несмотря на длительный временной промежуток, разделяющий две просьбы.

Очевидно, что, рассматривая вещи под этим углом зрения, мы испытываем соблазн предположить: именно за счет вовлечения может быть объяснен эффект «ноги-в-дверях». Но и здесь есть свои пределы. Например, Дейонг (Dejong, 1981) отмечает: непонятно, почему «нога-в-дверях» не функционирует в случае, когда испытуемый полагает, что он единственный из тех, кто согласился выполнить просьбу, в отличие от ситуации, когда он думает, что на нее согласилось множество других людей. Известно также, что подготовительный акт обладает особой вовлекающей силой, когда исполняется. Тем не менее если одни исследования показали, что это способствует увеличению эффекта «ноги-в-дверях» (Freedman et Frazer, 1966), то другие не выявили никаких различий (Dillard, 1990). В результате нам довольно трудно провести здесь четкие границы.

Кроме этих двух основных теорий, делающих попытку объяснить эффект «ноги-в-дверях», существуют и другие теории, некоторые из которых еще не прошли экспериментальной проверки. Однако от этого они не становятся менее интересными.

Теория контраста

Оценка одной вещи вне зависимости от других вещей приводит к неточности суждения о ней. Так, если вы опустите руку в холодную воду после того, как подержали ее в теплой воде, то холодная вода покажется вам более ледяной, чем если бы предварительного контакта с теплой водой не было. Чтобы дать оценку многочисленным стимулам, необходимо исходить из одного. Известно, что, посмотрев фильм, в котором играют весьма привлекательные женщины, вы непосредственно после просмотра будете расценивать знакомых женщин как менее красивых, чего не происходит после просмотра фильма, где играют актрисы с обычной внешностью (Kenrick et Gutierres, 1980). При вынесении суждения о температуре или красоте любой стимул не может быть оценен вне зависимости от предшествующего стимула. Для объяснения эффекта «ноги-в-дверях» Шенаб и О'Нил (Shanab & O'Neill, 1982) прибегли к теории контраста. Первая просьба, даже если она и не является особенно затратной для субъекта (ответить на 3–4 вопроса, сказать время, наклеить стикер на свою машину и т. п.), приводит к тому, что последующая просьба воспринимается как еще менее затратная, и это способствует ее выполнению. Теорию контраста можно представить так, как показано на рис. 2.1.

Здесь «стоимость» просьбы выражена через выделенный сегмент: чем больше его протяженность, тем более затратной субъекту кажется финальная просьба. Однако некоторые эксперименты продемонстрировали ограниченость данной теории. Так, этой теории противоречит факт эффективности «ноги-в-дверях» по прошествии нескольких недель. Время должно сглаживать эффект первой просьбы и соответственно уменьшать силу контраста. Однако этого не происходит.

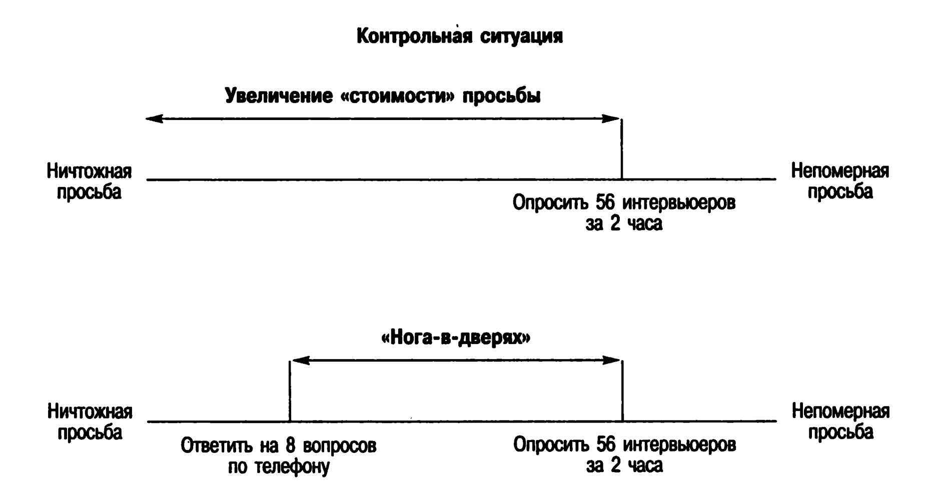


Рис. 2.1. Модель контраста в парадигме «нога-в-дверях»

Факт невыполнения исследования более не является фактором, препятствующим оценке «стоимости» предварительной просьбы по отношению к финальной просьбе. Так, Фридман и Фрейзер (Freedman et Fraser, 1966) продемонстрировали, что это уменьшает степень согласия. Остается неясным, почему техника «нога-в-дверях» не функционирует в том случае, когда подготовительная просьба является затратной (Schwarzwald, Raz et Zvibel, 1979), поскольку именно это должно было бы еще более уменьшить контраст между двумя просьбами. Таким образом, механизм действия техники «нога-в-дверях» не может быть объяснен только явлением контраста.

Теория социального научения и усилий

Действие, совершенное однажды, будет повторено. Так, субъект, испытывая удовлетворение от того, что при выполнении первой просьбы произвел впечатление услужливого человека, будет стремиться быть услужливым и в дальнейшем. Изменения самовосприятия, по сути, провоцируются социальными усилиями. Крано и Сивачек (Crano et Sivacek, 1982) продемонстрировали, что благодарности, высказанные субъектам после выполнения первой просьбы, подвигают их к тому, чтобы выполнить и вторую. Стимпсон и Варанасантикуль (Stimpson et Waranusuntikule, 1987) подтвердили этот эффект, но только для той ситуации, когда обе просьбы высказываются одним экспериментатором.

Хотя данная теория и представляет интерес, описанные здесь эксперименты не подлежат сравнению с классическими экспериментами в рамках техники «нога-в-дверях»: дополнительный эффект достигается, когда на субъект воздействуют благодарностями, однако это не добавляет эффективности «ноге-в-дверях», если сделанных усилий недостаточно. Вполне возможно, что следование нормам вежливости просто подвигает некоторое количество субъектов к выполнению просьбы. К сожалению, поскольку в ходе этих исследований не было проведено анкетирования субъектов после выполнения ими просьбы, выявить их мотивацию довольно сложно.

Теория самопрезентации

По мнению некоторых исследователей (Rind et Benjamin, 1994), все люди хотят произвести наилучшее впечатление на других, рассчитывая на чье-либо расположение, любовь и т. п. Это отражается на всех социальных взаимодействиях. Так, по мнению этих авторов, вполне возможно, что в случае «ноги-в-дверях» субъект выполняет вторую просьбу, чтобы подтвердить позитивное впечатление о себе самом, сложившееся у другого человека после выполнения первой просьбы. Таким образом, по мысли авторов, стремление субъекта к тому, чтобы создать о себе еще более лестное впечатление, должно усиливать эффективность техники «нога-в-дверях». Они провели исследование на случайной выборке молодых людей 20–30 лет, которые сидели на скамейках в торговом центре. Некоторые из испытуемых были со спутницами, другие — без.

Соучастник (подросток 16 лет) приближался к субъекту и, если тот был со спутницей, обращался исключительно к нему. При условии «ноги-в-дверях» он говорил субъекту, что в школе ему дали задание провести небольшое анкетирование, и спрашивал, не согласится ли тот ответить на четыре коротких вопроса. Если субъект соглашался, ему задавались вопросы, после чего соучастник благодарил субъекта и добавлял, что он продает лотерейные билеты и главный приз в лотерее — поездка на Багамы на двоих. Соучастник также сообщал, что доход от продажи лотерейных билетов поступит на счет известной гуманитарной организации. Затем он спрашивал у субъекта, не хочет ли тот купить билеты. Понятно, что в контрольной ситуации к субъекту обращались только с просьбой, касающейся покупки билетов для проведения каникул в таком чудесном месте, как Багамы. Полученные результаты представлены в табл. 2.8. Здесь также учитывалось поведение субъекта, поскольку от него зависело количество купленных билетов.

Таблица 2.8

Среднее количество купленных билетов

Социальная ситуация	Экспериментальная стратегия	
	Контрольная ситуация	Экспериментальная ситуация
Субъект один	1,06	1,56
Пара	2,00	2,81

Очевидно, что техника «нога-в-дверях» подвигла субъектов к покупке большего числа билетов, равно как и наличие спутницы. Тем не менее вопреки теории самопрезентации при условии «ноги-в-дверях» субъекты со спутницами не покупали большего количества билетов.

Исследование, которое провели Ринд и Бенджамин (Rind et Benjamin, 1994), не подтвердило гипотезу самопрезентации. Эта гипотеза была опровергнута и в ходе исследования, проведенного Бурновилем (Bourneville, 2000), которое показало, что субъекты в равной степени соглашались на просьбу соучастника, применяющего технику «нога-в-дверях», независимо от социального статуса последнего. При этом ранее предполагалось, что стремление к созданию благоприятного впечатления о себе должно расти под влиянием более высокого статуса просителя. По-видимому, эта теория не имеет большой объяснительной силы в отноше-

нии техники «нога-в-дверях», особенно если принять во внимание тот факт, что первое исследование (Rind et Benjamin, 1994) касалось публичного образа индивида (эксперимент проходил в присутствии третьего лица — женщины, сопровождающей субъекта), а второе (Bourneville, 2000) — личного образа человека. Однако ни в том, ни в другом случае не наблюдалось никакого дополнительного эффекта от применения «ноги-в-дверях». Создание положительного образа себя подразумевает наличие рядом человека или хотя бы телефонный разговор с ним. Так, непонятно, почему «нога-в-дверях» функционирует в ситуации, когда субъект считывает информацию с сайта. Представленное выше исследование «электронной» «ноги-в-дверях» подразумевало посещение сайта, созданного в помощь гуманитарной организации, и моделировало ситуацию абсолютной анонимности, что априори исключало всякий интерес к самопрезентации.

Несмотря на эти ограничения, вышеописанные теоретические объяснения эффекта «ноги-в-дверях» сегодня наиболее авторитетны. Тем не менее есть и другие толкования. Рассмотрим гипотезу нормы ответственности, выдвинутую Харрисом (Harris, 1972). Согласно этой гипотезе, готовность выполнить первую просьбу побуждает субъекта к осознанию нормы ответственности, подразумевающей помощь нуждающимся. Осознание этой нормы, в свою очередь, приводит его к выполнению второй просьбы. Но данная теория не получила достаточной эмпирической проверки. Помимо этого, пока не удается объяснить, почему «нога-в-дверях» функционирует в случае увеличения временно́го промежутка между подготовительной и финальной просьбами: активация осознания нормы не может длиться в течение многих дней и, более того, недель. Наконец, для объяснения эффекта «ноги-в-дверях» была разработана теория постоянства поведения, которая базируется на простой идее: субъект выполняет вторую просьбу, чтобы остаться верным выбранной линии поведения (Miller et Suls, 1977). Но и эта теория пока не прошла экспериментальной проверки.

Кто объяснит эффект «ноги-в-дверях»? Представленные здесь теории на сегодняшний день являются наиболее востребованными для объяснения эффекта «ноги-в-дверях». Их количество может навести на мысль о том, что на деле никому не известно, за счет каких механизмов функционирует «нога-в-дверях». Это не так, поскольку некоторые принципы, особенно самовосприятия и вовлечения, получили множество эмпирических подтверждений. Другие требуют бо́льших экспериментальных доказательств, а третьи (самопрезентация) можно считать опровергнутыми. В действительности весьма вероятно, что техника «нога-в-дверях» активирует множество процессов и каждый из них зависит от ряда факторов методологической природы («стоимость» просьбы, временной промежуток между просьбами и т. п.) или от природы самой просьбы (просоциальная, частная и т. д.). Был проведен мета-анализ исследований техники «нога-в-дверях» (Burger, 1999), который показал, что более всего на склонность к подчинению влияют такие детерминанты, как самовосприятие и вовлечение, хотя нельзя игнорировать и ряд других факторов. В связи с этим эффективность техники следует объяснять с точки зрения сочетания различных воздействий и активации различных процессов.

«Дверью-по-носу»: кто не может больше, может меньше

Еще одной широко известной техникой подчинения без оказания давления является техника «дверью-по-носу». Она интересна вдвойне: с одной стороны, за счет своей природы и, с другой — за счет того, что существенно отличается от остальных техник, которые нацелены на то, чтобы заставить человека согласиться что-либо сделать в первый же момент. Техника «дверью-по-носу» базируется на начальном отказе. Тем не менее этот отказ, как мы убедимся в дальнейшем, побуждает субъекта согласиться выполнить то, о чем его попросят позже.

Начальный эксперимент и его последствия

Первым экспериментом и самим термином «дверью-по-носу» мы обязаны группе социальных психологов (Cialdini, Vincent, Lewis, Catalan, Wheeler et Lee Darby, 1975), чей экспериментальный проект родился из наблюдения за действиями продавцов. Большинство коммерческих операций строятся по принципу «от завышенной цены к желаемой цене». Например, если вы хотите продать антикварную вещицу и рассчитываете, что она принесет вам 1000 евро, не начинайте торги с этой суммы. Очевидно, что всякий, кто придет посмотреть на товар, будет торговаться, чтобы получить скидку. Начните с 1200 евро, и у вас будет больше шансов выручить столько, сколько вы хотели изначально. Интересно, сможет ли этот прием увеличить вероятность выполнения заурядной просьбы? Чтобы протестировать эту гипотезу, Чалдини и его коллеги разработали следующий экспериментальный механизм. Целью эксперимента было получение согласия случайной выборки студентов на двухчасовой поход в зоопарк в компании малолетних правонарушителей из исправительного центра. Экспериментатор подходил к субъекту и представлялся сотрудником программы помощи малолетним заключенным. Он сообщал, что ищет добровольцев для одной акции. При условии техники «дверью-по-носу» экспериментатор начинал с непомерной просьбы, спрашивая, не согласится ли субъект на добровольных началах поработать в исправительной колонии для малолетних. Этой работе требовалось посвящать не менее двух часов личного времени каждую неделю в течение как минимум двух лет. Конечно, такая просьба вызвала очень слабый отклик: 98,5% испытуемых отказались. Получив отказ, экспериментатор делал вид, будто сильно огорчен, но затем сообщал субъекту, что тот может оказать помощь менее обременительным для него способом. Далее он формулировал реальную просьбу: сопроводить группу малолетних преступников в зоопарк.

В контрольной ситуации соучастник, представившись, как и в предыдущем случае, сразу же обращался к субъекту с финальной просьбой. Отметим, что была введена третья экспериментальная ситуация, в которой субъекту на выбор предлагали выполнить ту или иную просьбу. Очевидно, что мы далеки от ситуации коммерческих торгов и субъект ни о чем не просил. Тем не менее, как свидетель-

ствуют данные табл. 2.9, техника «дверью-по-носу» оказывается в какой-то степени даже опасной.

Таблица 2.9

Выбор конечной просьбы, %

«Дверью-по-носу»	Контрольная ситуация	Выбор
50,0	25,0	16,7

Как видим, количество людей, согласившихся выполнить финальную просьбу, в два раза больше, чем в контрольной ситуации. Отметим также, что в ситуации выбора процент согласившихся объективно менее высок, чем в контрольной ситуации, но статистически обе ситуации равны. Более того, в этой группе ни одним субъектом не была спонтанно выбрана первая просьба. Таким образом, техника «дверью-по-носу» функционирует не за счет сравнительной оценки «стоимости» первой и второй просьбы, а за счет правильно выстроенной последовательности этих просьб. Мы убедимся в том, что концепция последовательности важна, когда речь зайдет об объяснении эффекта «дверью-по-носу» с теоретической точки зрения.

«Дверью-по-носу»: устойчивый феномен? Анализ репликаций и сфер применения

Как вы догадываетесь, публикация статьи Чалдини и коллег, в которой была описана новая техника добровольного подчинения, не была обделена вниманием со стороны социальных психологов. За ней последовали многочисленные попытки объяснения скрытого психологического феномена влияния данной техники и определения сфер ее воздействия.

Важность эффекта

Как и в случае с техникой «нога-в-дверях», обобщенная оценка исследований путем мета-анализа была проведена в четыре приема (Dillard, Hunter et Burgoon, 1984; Fern, Monroe et Avila, 1986; O'Keefe, 2001; O'Keefe et Hale, 1998). Результаты этих мета-анализов согласуются. В трех случаях мы наблюдаем среднее $\varphi = 0{,}09$. Таким образом, можно сказать, что в сравнении с контрольной ситуацией техника «дверью-по-носу» увеличивает количество согласившихся выполнить просьбу испытуемых в среднем на 9%. Но этот показатель намного ниже полученного в исследовании Чалдини и коллег (Cialdini et al., 1975). Это связано с тем, что техника «дверью-по-носу» не всегда является эффективной (мы убедимся в этом чуть позже): при высокой вариативности ее эффективности среднеквадратичное отклонение будет равно 8%. Тем не менее данные в общем и целом свидетельствуют о том, что речь идет о технике, которая позволяет получить реальную выгоду от выполнения просьбы.

Сферы применения

Техника «дверью-по-носу» в большей степени, нежели «нога-в-дверях», нацелена на получение просоциальных реакций от человека. Добавьте к этому то, что подав-

ляющее число публикаций не представляют собой чего-либо значительного, и вы поймете, насколько сложно судить о том, действительно ли «дверью-по-носу» эффективна во всех случаях или же она ограничивается некоторыми типами просьб. Во всяком случае, есть исследования, позволяющие вводить различные контексты и условия, за счет которых можно выгодно использовать технику «дверью-по-носу».

Благодаря работам Чалдини и коллег (Cialdini et al., 19 75) мы увидели, что применение «дверью-по-носу» способствовало оказанию помощи юным правонарушителям. Исследователи показали, что эта техника в равной степени успешна в контексте экологических проблем (Patch, Hoang et Stahelski, 1997). Экспериментатор подходил к субъекту и представлялся членом Ассоциации по защите окружающей среды. Он сообщал, что ищет людей, которые согласились бы распространить среди своих родственников, друзей, коллег и т. п. 100 проспектов, содержащих информацию о переработке и утилизации токсичных отходов. Затем экспериментатор спрашивал у субъекта, согласен ли он помочь. Получив отказ, экспериментатор интересовался, не согласится ли субъект распространить 10 проспектов. В контрольной ситуации к субъекту обращались только с финальной просьбой. Здесь мы вновь наблюдаем позитивный эффект от применения техники «дверью-по-носу»: 63% субъектов выполнили финальную просьбу при условии «дверью-по-носу» и лишь 30% — в контрольной ситуации. «Дверью-по-носу» оказывается столь же эффективным средством увеличения средней суммы пожертвований на нужды Ассоциации по борьбе с раком (Wang, Brownstein et Katzev, 1989). Здесь было достаточно изначально попросить на реализацию одного проекта крупную сумму денег, а затем после отказа — попросить небольшое вспомоществование для другого проекта. Сходным образом Кантрилл (Cantrill, 1991) убедится в том, что применение «дверью-по-носу» позволяет существенно увеличить число студентов, согласившихся делать покупки для пожилых людей. В этом случае к субъекту обращались с просьбой посвятить 6 часов своего личного времени пожилому человеку: 68% согласились выполнить финальную просьбу (уделить час своего времени для домашнего посещения) при условии «дверью-по-носу» и 30% — в контрольной ситуации. «Дверью-по-носу» оказывается столь же эффективной в случае еще более затратной финальной просьбы. Миллар (Millar, 2001, 2002) доказал, что эта техника позволяет получить согласие людей на то, чтобы 4 дня подряд записывать все потребляемые ими продукты по просьбе одной организации, занимающейся проблемами здоровья. При экспериментальном условии испытуемых просили делать это в течение месяца. Результаты показали, что 58% согласились выполнить просьбу при контрольном условии и 84% — при условии «дверью-по-носу». Более того, только 14% сделали то, о чем их просили, при контрольном условии, и 40% — при условии «дверью-по-носу». В обоих случаях техника «дверью-по-носу» была эффективна для увеличения степени подчинения субъектов.

Техника «дверью-по-носу» показала себя как эффективная и в том случае, когда от субъекта требовалось более лояльное отношение к просьбам, направленным на оказание помощи социуму (человеческому коллективу). Исследование Чалдини продемонстрировало, что данная техника подводит к оказанию помощи другому человеку. Тем не менее в этом случае речь идет об эксплицитно выраженной просьбе. Действительно, создается впечатление, что спонтанная помощь (т. е. помощь, оказанная при отсутствии просьбы) была спровоцирована техникой

«дверью-по-носу». Экспериментаторы останавливали людей на улице и представлялись сотрудниками местной организации, занимающейся вопросами донорства крови (Foehl et Goldman, 1983). Они спрашивали субъекта, не согласится ли он быть донором крови раз в месяц на протяжении четырех лет. Получив отказ в 100% случаев, соучастник «случайно» ронял на землю брошюры. В результате соучастнику была оказана помощь со стороны субъектов в 75% случаев, в то время как в контрольной ситуации — всего в 10%. При другом экспериментальном условии соучастник, улыбаясь, здоровался с субъектом и ронял брошюры. Помощь была получена в 30% случаев. Таким образом, мы видим, что техника «дверью-по-носу» побуждает субъектов оказывать помощь. Это объясняется не контактом как таковым, а, скорее, отказом от выполнения изначальной просьбы.

«Дверью-по-носу» также позволяет увеличить число пожертвований на нужды общественных организаций. Рейнген (Reingen, 1977) показал, что субъекты сделали бо́льшие пожертвования на счет Ассоциации по борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями после того, как их предварительно попросили ежемесячно на протяжении года жертвовать три доллара. Результаты таковы: при условии «дверью-по-носу» согласились 44% субъектов, а при контрольном условии — 19%. Дальнейшее исследование того же автора (Reingen, 1978a) подтвердило данные результаты и, более того, продемонстрировало, что сумма пожертвований выше при условии применения техники «дверью-по-носу». Чалдини и Аскани (1976) в своем исследовании, о котором мы уже говорили в связи с «ногой-в-дверях», протестировали эффект «дверью-по-носу» в ситуации сбора крови. Целью было привлечь как можно больше студентов из кампуса к сдаче крови во время визита туда передвижной станции по сбору крови. При условии «дверью-по-носу» субъектов изначально побуждали взять карточки доноров и тем самым принять участие в донорской программе, подразумевающей сдачу крови каждые два месяца на протяжении трех лет, что составило бы более семи литров. После отказа (в 100% случаев) субъектов просили сдать кровь всего лишь один раз, послезавтра. Поскольку при этом у субъектов спрашивали их имена, довольно легко удалось проверить, кто из них действительно пришел. Результаты показали, что 49,2% субъектов согласились выполнить просьбу при условии «дверью-по-носу» и 37,7% — в контрольной ситуации. Тем не менее что касается действительного выполнения просьбы, то здесь не было обнаружено никакого статистического расхождения: пришли сдать кровь 39% субъектов экспериментальной группы и 35% — контрольной группы. Таким образом, у эффективности данной техники есть свои пределы, особенно в том, что касается таких просьб, как сдача крови, представляющая собой неприятную процедуру.

Работы, которые мы рассмотрели, были нацелены на оказание субъектами просоциальной помощи. Необходимо тем не менее избегать обобщений, поскольку эффект от применения техники «дверью-по-носу» достигался и в случае просьб по оказанию помощи частным лицам и организациям. Так, Мовен и Чалдини (1980) привлекали субъектов к участию в опросе, занимающем 15 минут. Опрос была заказан частной страховой компанией. При условии «дверью-по-носу» у субъекта сначала спрашивали, не согласится ли он ответить на вопросы анкеты, что займет около двух часов. Получив отказ, экспериментатор спрашивал, не согласится ли субъект ответить на небольшую часть вопросов, что займет всего 15 минут. В этой ситуации на выполнение финальной просьбы согласились

44% субъектов, в то время как в контрольной — только 25%. Более любопытно то, как Гольдману и Кризону (1981) удалось таким же способом побудить субъектов добровольно провести телефонный опрос для местной радиостанции, касающийся радиопередач. Это исследование будет детально рассмотрено чуть ниже (см. «двойная “дверь-по-носу”»).

Эта техника работает даже тогда, когда используется в личных финансовых интересах, а не ради нужд гуманитарных или благотворительных организаций. Так, Геген и Паскуаль попросили соучастников эксперимента, мужчину и женщину 20 лет, разыграть в нескольких барах следующую сценку. Соучастники входили в бар, садились за столик и делали заказ. Расправившись с заказанным, мужчина громко сообщал, что опаздывает на встречу, и удалялся. По прошествии двух минут женщина-соучастница, в свою очередь, демонстрировала желание уйти. Тут выяснялось, что ее спутник не заплатил по счету. Конечно, все реплики произносились громким голосом и сопровождались мимикой, показывающей, как женщина подавлена происходящим. В результате женщина, очевидно, испытывая неловкость, обращалась к одному из клиентов заведения, сидящему поблизости, и объясняла, что с ней произошло. При условии «дверью-по-носу» она спрашивала у субъекта, не согласится ли он уплатить всю сумму по счету, поскольку у нее нет при себе денег. Когда субъект отказывался (не было зафиксировано ни одного согласия), женщина спрашивала, не будет ли у него по крайней мере 30–50 евроцентов. При контрольном условии соучастница вела себя таким же образом, за исключением того, что она не обращалась к субъекту с просьбой о полной оплате счета, а просила всего 30–50 евроцентов, чтобы оплатить часть счета. Если субъект отказывался, соучастница обращалась к кому-то другому. И в той и в другой ситуации, после того как субъект выражал свое согласие, она ждала, что он даст ей деньги и рассчитывалась. При условии «дверью-по-носу» на просьбу соглашалось 75% субъектов, в то время как при контрольном условии — только 10%. Более того, разница была заметна даже в том, что касается средней суммы, отданной субъектом: при условии «дверью-по-носу» — 0,39 евро, при контрольном условии — 0,23 евро.

Все представленные здесь экспериментальные просьбы были нацелены на оказание помощи какому-либо человеку, частной или общественной организации. В очередной раз речь шла о социально значимых просьбах. Тем не менее Шенаб и О’Нил (1979) продемонстрировали, что «дверью-по-носу» является эффективной даже в случае просьбы другого типа. Целью их эксперимента было заставить субъектов (студентов) согласиться участвовать в двухчасовом опыте над крысами, в котором на животных нужно было воздействовать электрическим током для определения их восприимчивости к научению. Если при контрольном условии на просьбу экспериментатора (преподавателя) согласились 35% субъектов, то при условии «дверью-по-носу» — 65% (предварительно у субъектов просили на добровольных началах поработать в лаборатории в качестве ассистента на протяжении трех месяцев два часа в день). Также было добавлено условие, по которому требовалось на протяжении всего этого времени воздействовать электрическим током на человека, совершающего ошибки при обучении. Отказ от экспериментов над человеком на протяжении длительного времени предрасполагал к согласию на такой же эксперимент над крысами в течение более короткого временного промежутка.

Электронная «дверью-по-носу»

До сих пор мы приводили исследования техники «дверью-по-носу», в которых проситель и испытуемый встречались лицом к лицу. Оказалось, что эта техника не менее эффективна и при телефонном разговоре (Goldman et Creason, 1981). Тем не менее мета-анализ показал, что техника «дверью-по-носу» более эффективна в ситуации лицом к лицу (O'Keefe, Hale, 1998). Однако этот вопрос остается открытым, поскольку, по нашим сведениям, не существует исследования, содержащего сравнительный анализ этих двух типов взаимодействия. Кроме того, и телефонный разговор, и непосредственное общение представляют собой синхронную коммуникацию, т. е. двустороннее общение в один момент (в отличие от рации, когда в один момент может говорить только один собеседник). А возможно ли, что техника «дверью-по-носу» эффективна при асинхронной коммуникации, например когда испытуемый просматривает Интернет-ресурс?

Проведенный нами эксперимент (Guéguen) напоминал в значительной степени представленный ранее эксперимент с техникой «электронная нога-в-дверях», в ходе которого субъекта побуждали подписать петицию, а затем принять участие в общественно полезном деле. Мы убедились в том, что подписание петиции предрасполагало к оказанию дальнейшей помощи (денежному пожертвованию). Итак, мы вновь использовали тот же сайт, созданный ради помощи детям, ставшим жертвами мин. Однако при условии «дверью-по-носу», когда субъект кликал на ссылку «Помогите нам», расположенную на первой странице сайта, он попадал не на ту страницу, где мог подписать петицию, а на ту, где был размещен регистрационный формуляр (фамилия, имя, адрес, телефон и т. д.) и просьба время от времени выступать в качестве ведущего форума в течение полугода каждую неделю (2–3 часа в неделю). Также была сделана оговорка, что в случае согласия свою часть работы необходимо выполнять в обязательном порядке, чтобы не ставить под угрозу работу остальных участников. После текста появлялись две активные кнопки. На одной было написано: «Да, я согласен, я могу взять на себя обязательство выполнять эту роль на протяжении всего срока», в то время как надпись на другой гласила: «Нет, я не могу дать обещание на столь длительный срок». В сообщении под обеими кнопками было сказано, что в случае согласия субъект будет отослан к электронной почте, содержащей страницу, где ему будет нужно указать фамилию, имя, адрес и номер телефона, чтобы ассоциация могла с ним связаться.

Если субъект соглашался (из 771 субъекта двое выразили желание быть волонтерами, т. е. 0,26%), его отсылали к окну электронной почты, где находился только что описанный формуляр. Если субъект кликал на кнопку с отказом, то попадал на ту же страницу, что и субъект из контрольной группы. На ней был помещен текст с просьбой о пожертвовании на нужды детей, ставших жертвами мин. На этой стадии все происходило так, как и в эксперименте с электронной «ногой-в-дверях».

Мы выяснили, сколько раз были активированы страница пожертвований и ссылка на сайт, позволяющий сделать это пожертвование. Полученные результаты представлены в табл. 2.10. Как обычно, эксперимент смог быть проведен за счет большого числа участников, поскольку в общей сложности сайт посетили 1607 пользователей Интернета.

Таблица 2.10

Количество людей, посетивших страницу пожертвования и активировавших ссылку на сайт гуманитарной организации для внесения пожертвования, %

	Экспериментальные условия	
	«Дверью-по-носу»	Контрольное условие
Активация страницы пожертвования	11,0	3,5
Активация ссылки на сайт гуманитарной ассоциации для внесения пожертвования:		
• По отношению к общему числу посетителей сайта	5,5	1,9
• По отношению к субъектам, активировавшим страницу пожертвования	49,4	55,2

Полученные результаты позволяют удостовериться в том, что техника «дверью-по-носу» работает не только при непосредственном общении, но и при асинхронной коммуникации через компьютер. По-видимому, выстраивания просьб в соответствующем порядке достаточно для получения ожидаемого эффекта. В дальнейшем мы увидим, что эти результаты имеют большее значение, когда речь заходит о теоретической интерпретации объяснительных процессов механизма влияния под названием «дверью-по-носу».

Факторы, влияющие на эффективность «дверью-по-носу»

Обнаружение факторов, предрасполагающих к усилению или уменьшению эффективности «дверью-по-носу», с одной стороны, позволяет усовершенствовать технику и избежать некоторых ошибок при ее применении, а с другой — служит и теоретическим интересам. Действительно, знание о том, как влияют те или иные факторы, помогает при моделировании объяснительных процессов этого феномена. Конечно, техника «дверью-по-носу» спровоцировала своим появлением гораздо меньшее число работ, нежели «нога-в-дверях». Тем не менее работы все же существуют и дают нам возможность в настоящий момент оценить то, какие факторы благоприятствуют эффективности «дверью-по-носу», какие действуют обратным образом и какие позволяют ответить на вопрос, почему эта техника столь результативна.

Просоциальный характер просьбы

Мы убедились в том, что «дверью-по-носу» работает в случае просьбы в пользу того или иного человека или частного предприятия прежде всего — в области просоциальных просьб. К сожалению, исследования настолько различаются между собой с точки зрения методологии и выбранных объектов, что вычленить общие принципы довольно сложно. Мета-анализ, проделанный Дийяром, Хантером и

Бегуном (1984), позволил разделить просьбы просоциального типа на сильные (благотворительные организации и т. п.) и слабые (частные компании, маркетинг) и показал, что характер просоциальной просьбы является важнейшим фактором эффективности этих техник: больший эффект от применения «дверью-по-носу» достигается в случае использования просоциальной просьбы.

Эта идея получила подтверждение в более новом мета-анализе, включившем в себя большее число работ (O'Keefe et Hale, 1998). Одно из экспериментальных исследований было нацелено непосредственно на изучение этого аспекта. Речь идет об исследовании Дийяра и Хейла (1992), о котором мы уже говорили применительно к «ноге-в-дверях». Целью было заставить субъектов ответить на вопросы анкеты по телевизионным программам. В данном случае просоциальный характер просьбы обеспечивался за счет характеристик просителя. Речь шла то о Национальной ассоциации родителей за развитие высококачественных программ для юношества (высокий просоциальный характер), то о неизвестной мультимедийной организации (средний просоциальный характер) или, наконец, о частном обществе коммерческого мультимедийного сектора (слабый просоциальный характер). При условии «дверью-по-носу» у субъектов спрашивали, не согласятся ли они в течение двух недель фиксировать все телепередачи, которые посмотрят. Добавлялось также, что их посетит представитель организации для обсуждения сделанного ими выбора. После отказа (99,8%) экспериментаторы незамедлительно формулировали финальную просьбу. Полученные результаты представлены в табл. 2.11.

Таблица 2.11

Степень принятия просьбы, %

	Просоциальный характер источника просьбы		
	низкий	**средний**	**высокий**
«Дверью-по-носу»	65	73	85
Контрольное условие	53	67	69

Как мы видим, позитивный эффект от применения «дверью-по-носу» достигается во всех экспериментальных ситуациях, но очевидно, что просоциальный характер просьбы имеет большое значение. По мнению Дийяра и Хейла (1992), пренебрежение этим аспектом губительно, поскольку именно он может объяснить неэффективность техники «дверью-по-носу» в тех или иных ситуациях.

«Стоимость» подготовительной просьбы

Нам уже представлялся случай увидеть, до какой степени при использовании «ноги-в-дверях» важна подготовительная просьба. Для техники «дверью-по-носу» она имеет не меньшее значение. В данном случае проблема в том, чтобы подобрать такую просьбу, которая была бы непомерной, но не абсурдной и при этом достаточно затратной для испытуемого, чтобы вызвать отказ. Ивен-Чен с коллегами (Even-Chen, Yinon et Bizman, 1978) протестировали воздействие двух разных по затратам подготовительных просьб. Целью было заставить людей распро-

странить среди соседей и друзей брошюры о мерах дорожной безопасности. При условии затратной подготовительной просьбы экспериментатор сообщал студентам из кампуса, отобранным случайным образом, что он является добровольцем Ассоциации за безопасность на дорогах. Он также добавлял, что его организации было бы интересно обучить команду волонтеров, работающих с водителями и пешеходами в целях предупреждения дорожно-транспортных происшествий. Он спрашивал у субъекта, не согласится ли тот поработать два часа в неделю на протяжении шести месяцев. Получив отказ (в 100% случаев), экспериментатор спрашивал у субъекта, не может ли тогда тот помочь иным образом: зайти в офис организации, находящийся в 20 минутах езды от университета, и взять на распространение среди соседей и друзей 15 брошюр о мерах дорожной безопасности. При условии среднезатратной подготовительной просьбы экспериментатор представлялся таким же образом и говорил, что его организация нуждается в данных по транспорту для осуществления различных проектов. Он спрашивал у субъекта, не согласится ли тот постоять два часа на перекресте и фиксировать нарушения, совершенные автомобилистами. Получив отказ (в 96,4% случаев), экспериментатор формулировал финальную просьбу. Результаты показывают, что в случае затратной подготовительной просьбы на выполнение финальной просьбы согласились 61% субъектов, в то время как при среднезатратной просьбе — только 15%. В контрольной ситуации, когда финальная просьба формулировалась сразу, согласились 35% субъектов. Как мы видим, эффект от применения «дверью-по-носу» достигается лишь при использовании затратной просьбы. По мнению авторов, это свидетельствует о том, что первая просьба должна быть достаточно затратной, чтобы субъект не отказался из-за действия самоатрибуции («Два часа? Это долго»; «На улице холодно»; «Нет, у меня нет желания»; «У меня есть другие дела»). Действительно, при самоатрибуции субъект убеждает себя в том, что у него нет времени для выполнения первой просьбы, а значит, и вторую он отклонит. При использовании непомерной просьбы у субъекта не возникает эффекта самоатрибуции, поскольку ее невозможно выполнить.

Помимо этого, как отмечают Ивен-Чен с коллегами, «стоимость» первой просьбы должна быть пропорциональна «стоимости» финальной просьбы. Ранее мы видели, что предварительная просьба, требующая от субъекта два часа времени на заполнение анкеты (Mowen et Cialdini, 1980), позволяла получить от него больше помощи в дальнейшем. Однако и в том и в другом случае субъект теряет два часа своего времени.

Создается впечатление, что нужно также остерегаться эффекта бумеранга при использовании слишком непомерной просьбы. Некоторые исследователи просили субъектов сделать пожертвование в пользу одной известной благотворительной организации (Schwarzwald, Raz et Zvibel, 1979). В зависимости от условия сумма была в 4, 6, 8, 10, 12 или 20 раз выше средней суммы пожертвования, полученной в контрольной ситуации. После отказа экспериментатор просил сумму, в два раза превышающую среднюю. Результаты показывают, что по сравнению с контрольной ситуацией метод «дверью-по-носу» с использованием более затратной и менее затратной просьб приводит к снижению степени согласия на выполнение просьбы и уменьшению среднего размера суммы пожертвования, в то время как при средней предварительной просьбе (6, 8, 10 и 12) был достигнут

4 Зак. 1014

желаемый эффект и даже увеличена сумма пожертвования. Таким образом, две крайности (4 и 20) не позволяют достичь эффекта «дверью-по-носу».

«Стоимость» просьбы является важнейшим условием, и представленные здесь работы показывают, что нельзя использовать первую попавшуюся затратную просьбу. Для оптимизации данной техники возможно использовать последующее «ослабление» просьб.

Одна дверь — хорошо, а две двери лучше: парадигма «двойная “дверью-по-носу”»

Ранее мы видели, как Гольдману, Кризону и Мак-Коллу (1981) удалось показать, что «нога-в-дверях» с тремя последовательными просьбами была более эффективна, чем классическая техника с двумя просьбами. Те же авторы повторили свой эксперимент, протестировав на сей раз технику «дверью-по-носу» с тремя просьбами, которую они назвали «двойная дверью-по-носу» (Goldman et Creason, 1981). Целью, как и в прошлый раз, было завербовать субъектов, которые согласились бы провести телефонный опрос на тему радиопередач для одной местной радиостанции. Экспериментатор представлялся сотрудником фиктивного местного радио, показывал анкету и просил провести опрос.

При условии простой «дверью-по-носу» этой просьбе предшествовала чересчур затратная просьба, когда субъекта просили обзвонить 150 человек. После того как субъект отказывался, ему предлагалось то обзвонить 25 человек (фиксированное количество), то столько, сколько он сможет (на выбор субъекта). При условии «двойной “дверью-по-носу”» после отказа субъекта обзвонить 150 человек ему предлагалось обзвонить 100, и, поскольку проситель получал очередной отказ, предлагалось связаться с 25 людьми или самому выбрать число контактов. В контрольной ситуации, как обычно, напрямую формулировалась, в зависимости от группы одна или другая просьба (25 человек или неопределенное количество). Если субъект соглашался, у него спрашивали, сколько человек он предполагает обзвонить. Полученные средние цифры представлены в табл. 2.12.

Таблица 2.12

Среднее количество людей, которых согласились обзвонить субъекты

Тип просьбы	Контрольное условие	«Дверью-по-носу»	«Двойная “дверью-по-носу”»
Фиксированное количество	0,78	6,25	10,16
Неопределенное количество	3,59	9,28	10,72

Как видите, авторам удалось достичь положительного результата от применения техники «дверью-по-носу», но «двойная “дверью-по-носу”» оказалось более эффективной, особенно при условии фиксированного количества людей. Кажется, что двойной отказ выполнить непомерную просьбу предрасполагает субъекта согласиться на выполнение финальной просьбы. Конечно, это исследование уязвимо для критики, поскольку является единственным. Более того, в нем оценивались только намерения субъектов. Тем не менее эта техника побудила субъектов прикинуть количество опрошенныхлюдей, и результаты у них получились разные.

Психологические механизмы эффекта «дверью-по-носу»

Несмотря на то что работ по технике «дверью-по-носу» гораздо меньше, чем по технике «нога-в-дверях», исследования, посвященные ей, проводятся достаточно активно (Millar, 2002). Существует множество объяснений этого феномена. В следующих разделах мы последовательно представим эти объяснительные теории. Вы увидите, что толкования могут основываться, как на механизме, предложенном для объяснения эффекта техники «нога-в-дверях», так и на других механизмах.

Гипотеза взаимных уступок

Эта гипотеза была выдвинута Чалдини (Cialdini et al., 1975). Она основана на принципе взаимности, значение которого для человека, особенно в социальных взаимодействиях, мы будем подробно рассматривать в главе 3. Голднер (Gouldner, 1960) установил, что во всех обществах существует норма взаимности. Она строится на принципе, согласно которому «вы принесете пользу тому, кто согласен принести пользу вам» (Gouldner, 1960, p. 160). Многие исследования, которые мы представим в разделе, посвященном взаимности, в следующей главе, подтвердили это. Однако, согласно Чалдини, эта норма основана не только на взаимной экономической выгоде, она может действовать и при социальных обменах другого типа. Фактически не важно, какая уступка будет принята участниками этой нормы взаимности: мы уступаем тому, кто уступает нам. Опять же согласно Чалдини, типичным выражением уступки является договор. Часто для успешного завершения социального взаимодействия приходится идти на компромисс. Исследователи переговоров также говорят о проявлении этого феномена. Черткофф и Конли (Chertkoff et Conley, 1967) показали, что число уступок, на которые индивид пойдет при заключении договора, зависит от числа уступок, которые сделает противоположная сторона.

По мнению Чалдини (1975), техника «дверью-по-носу» работает, поскольку проситель, снижая свои требования после отказа на первую просьбу, как бы идет на уступку. В свою очередь, испытуемый тоже делает уступку и соглашается на выполнение последующей просьбы.

Исходя из этого принципа взаимных уступок Чалдини с коллегами (1975), попытались подтвердить это теоретическое объяснение экспериментально. Согласно этим авторам, люди идут на многочисленные уступки только при условии взаимных обязательств. Например, если первая и вторая просьбы озвучены разными лицами, то индивид не пойдет на уступку, поскольку второй проситель никаких уступок не делал. Чтобы проверить эту гипотезу, основанную на принципе взаимных уступок, Чалдини с коллегами поставили опыт, строго идентичный первому: завербовать добровольцев для сопровождения малолетних правонарушителей в зоопарк. Они использовали, как и в предыдущий раз, контрольное и экспериментальное условия, а также ввели вариант техники «дверью-по-носу» с двумя просителями. В данном случае просители вместе подходили к субъекту и в первый раз обращались к нему с непомерной просьбой (работать на их ассоциацию в течение двух лет по субботам). Между тем подходил третий экспериментатор: все они носили значок своей ассоциации. Получив отказ, два первых сотрудника

вежливо прощались и подходили к другому человеку. Третий экспериментатор, оставшись с испытуемым один на один, обращался к нему со второй просьбой. По классическому условию техники «дверью-по-носу» с испытуемым разговаривал всегда один и тот же экспериментатор. Полученные результаты представлены в табл. 2.13.

Таблица 2.13

Выбор финальной просьбы, %

«Дверью-по-носу» с одним собеседником	«Дверью-по-носу» с двумя собеседниками	Контроль
55,5	10,5	21,5

Как видите, эффекта не было в случае, когда субъект имел дело с двумя собеседниками. Значит, уступка делается тому, кто уступил нам. Другие исследователи подтверждают отрицательный эффект смены собеседника (Foss et Dempsey, 1979; Snyder et Cunningham, 1975). Мета-анализ всех публикаций по технике «дверью-по-носу» показал, что этот фактор является весьма значимым.

Бречнер с соавторами пытались проверить, является ли существенным фактором физическое присутствие просителя (Brechner, Shippee et Obitz, 1976). Целью исследования было побудить людей ответить на вопросник по проблемам алкоголизма, присланный по почте. При условии «дверью-по-носу» субъектам заранее посылалось письмо, в котором спрашивалось, согласны ли они, чтобы их посетила научная группа для проведения пятидневного исследования, включающего ответы на вопросы. Результаты показали, что техника «дверью-по-носу» не стала фактором, увеличившим количество людей, ответивших на вопросник. Согласно этим авторам, вполне вероятно, что из-за отсутствия непосредственого общения субъект не уловил уступку, сделанную по отношению к нему. Помимо этого, на ощущение сделанной уступки могло влиять время, прошедшее между двумя просьбами. Этот временной аспект был экспериментально исследован (Cann, Sherman, Elkes, 1975). Исследователи попытались посредством телефонного разговора завербовать субъектов для распространения брошюры о дорожной безопасности. Подготовительная просьба при условии «дверью-по-носу» заключалась в том, чтобы простоять два часа на перекрестке, считая проезжающие мимо машины. После отказа незамедлительно излагалась финальная просьба (раздать своим друзьям 15 брошюр о дорожной безопасности). При другом условии субъекта благодарили даже после того, как он отвечал отказом. Семь дней спустя с субъектом вступал в контакт тот же экспериментатор, обращавшийся к нему с финальной просьбой. Результаты показали, что при контрольном условии 50% субъектов согласились выполнить просьбу. При условии «дверью-по-носу», когда финальная просьба формулировалась незамедлительно, на ее выполнение согласились 91% субъектов, тогда как при условии «дверью-по-носу» с паузой между просьбами — не более 29%. Этот отрицательный временной эффект демонстрировался неоднократно (Shanab et Isonio, 1980, 1982). Мета-анализ Дилларда с соавторами показал наличие значимой отрицательной корреляции между уровнем эффективности техники «дверью-по-носу» и паузой между двумя просьбами ($r = -0,53$): чем длиннее временной промежуток, тем ниже эффективность техники (Dillard, Hunter et

Burgoon, 1984). Это подтвердил и совсем недавний мета-анализ (O'Keefe, Hale, 1998).

По мнению Чалдини и его коллег, субъект идет на уступку, когда чувствует, что проситель уменьшил свои требования. Если взять классический пример переговоров, то один не пошевелится, пока не пошевелится другой. То есть нужно, чтобы пошевелился другой, и тогда мы сами начнем шевелиться. Чалдини с коллегами (1975, эксперимент 3) подвергли экспериментальной проверке и этот принцип. Они использовали классическое условие «дверью-по-носу», контрольное условие, а также ввели в качестве нового условия «дверью-по-носу» без уступок. На самом деле подготовительная просьба в этом случае не была непомерной, однако последующая просьба не уступала ей в «стоимости»: начинали с просьбы о сопровождении группы малолетних преступников в музей на двухчасовую экскурсию и заканчивали просьбой об их сопровождении в зоопарк. Результаты представлены в табл. 2.14. Разумеется, доля первоначальных отказов от первой просьбы из расчета сто опрошенных человек в группе с равнозначными просьбами была меньше, чем в группе с непомерной просьбой.

Таблица 2.14

Принятие финальной просьбы, %

«Дверью-по-носу» с требованиями нисходящей значимости	«Дверью-по-носу» с требованиям одинаковой значимости	Контроль
54,1	33,3	33,3

Таким образом, субъект не соглашался выполнять вторую просьбу, если не чувствовал, что проситель пошел на уступку. Отсюда следует, насколько важно вызвать у субъекта ощущение уступки. Этот опыт подтвердил предыдущие работы, касающиеся влияния «стоимости» подготовительной просьбы. Если она недостаточно значительна по сравнению с финальной просьбой, то техника «дверью-по-носу» не дает эффекта. Таким образом, необходимо, чтобы разница между двумя просьбами была ощутимой.

Того же эффекта можно достичь при помощи повторения уступок. Эта гипотеза была проверена с помощью парадигмы «двойная "дверью-по-носу"», которую мы представляли ранее (Goldman et Creason, 1981). Мы видели, какой эффект производили три просьбы с постепенно понижающейся значимостью по сравнению с классической парадигмой (две просьбы). Такой эффект полностью совместим с теорией взаимных уступок: если две уступки стоят больше одной, логично, что субъект больше ощущает ту уступку, которую проситель делает по отношению к первой просьбе, что и побуждает его принять ее благосклоннее.

Мы видим, что в литературе по технике «дверью-по-носу» существует множество экспериментальных доказательств объяснительной теории, основанной на взаимной уступке. Однако совсем непросто вычленить те факторы, которые препятствуют достижению эффекта. Так, Абрахамс и Белл (1994) показали, что если проситель настаивает на важности подготовительной просьбы (набрать добровольцев для гуманитарной ассоциации), а затем просит субъекта помочь ассоциации другим способом, то это не приводит к оказанию сколько-нибудь более значимой помощи со стороны субъекта, как бы ни настаивал проситель. Разумеется,

в обоих случаях техника «дверью-по-носу» была эффективнее, чем при контрольном условии, но от нее ожидали большего при условии настойчивости экспериментатора. Схожие результаты были получены в другом эксперименте (Goldman, McVeigh et Richterkessing, 1984), в ходе которого сотрудник-проситель после отказа на первую просьбу заявлял субъекту, что помощь ему действительно нужна и поэтому придется пойти на компромисс. Затем он высказывал вторую просьбу. Хотя положительный эффект техники «дверью-по-носу» и был получен, но никакого дополнительного эффекта от акцентирования уступки не наблюдалось. Разумеется, нельзя считать, будто эти исследования опровергают гипотезу взаимных уступок. Не будем забывать, что техника «двойная "дверью-по-носу"» принесла нам небольшой дополнительный эффект. Удивительно, почему в вышеприведенных исследованиях не обнаружен очевидный эффект значимости уступки (Abrahams et Bell, 1994; Goldman et al., 1984). Помимо этого, эффект, полученный в случае электронной версии техники «дверью-по-носу», трудно примирить с гипотезой взаимных уступок. Мы видели во втором эксперименте Чалдини и коллег. (Cialdini et al., 1975), что когда просители были разными, то никакого эффекта от применения техники «дверью-по-носу» не наблюдалось. Так и в случае использования техники «дверью-по-носу» в рамках веб-сайта субъект не взаимодействовал с человеком. В эксперименте такого типа довольно трудно организовать давление на человека с целью добиться уступки сообразно теории взаимных уступок, которая предполагает социальное общение и одного собеседника.

Теория перцептивных контрастов

У нас уже был повод поговорить об этой теории, когда речь шла о технике «нога-в-дверях». С этой точки зрения, в конечном итоге весьма механистической, последняя просьба рассматривается в свете предыдущих знаний субъекта. Когда используется такая техника манипуляции, как «нога-в-дверях» или «дверью-по-носу», то последняя просьба оценивается в свете подготовительной просьбы. Действительно, она влияет на восприятие реальной «стоимости» финальной просьбы.

В том, что касается техники «дверью-по-носу», я постарался смоделировать процесс оценки, который представлен на рис. 2.2 (в качестве ссылки использовано первое исследование Чалдини и коллег. (Cialdini et al., 1975)).

Как мы видим, в ситуации «дверью-по-носу» субъект получает новые сведения для оценки «стоимости» финальной просьбы. Кому придет в голову, что вас можно попросить работать на добровольной основе в течение двух лет и каждую неделю? В этом случае существует сильный контраст между двумя просьбами. Он дает иллюзию того, что последняя просьба менее затратная, чем есть на самом деле (Shanab et O'Neill, 1982).

Эффект контраста обнаружили Камер и коллег. (Comer, Kardes et Sullivan, 1992). Эти исследователи просили людей по телефону оказать финансовую помощь их старинному университету. В ситуации, где вначале называлась непомерная сумма, которая постепенно снижалась, доля выполнивших просьбу и средняя сумма пожертвований были намного выше, чем в ситуации, когда людей спрашивали, согласны ли они дать денег и сколько. Таким образом, вторая сумма по контрасту с первой воспринималась как небольшая. Необходимо отметить, что здесь мы близко подошли к области коммерции, когда цена завышается изначально

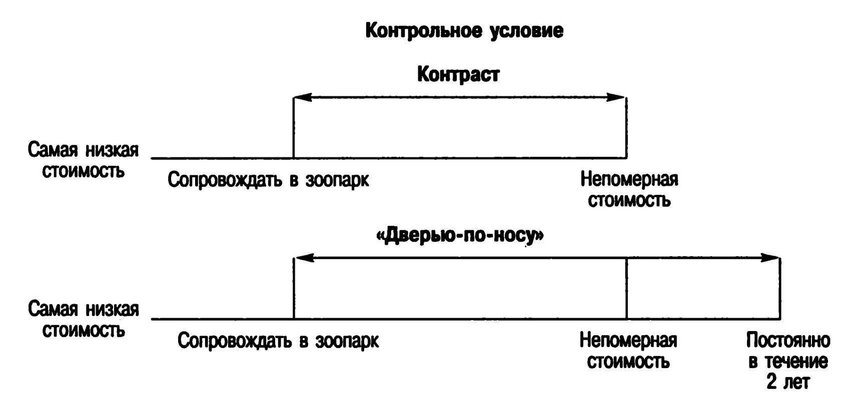


Рис. 2.2. Модель перцептивного контраста в случае техники «дверью-по-носу»

и постепенно снижается. Что касается техники «дверью-по-носу», то эту гипотезу попытались подтвердить в нескольких исследованиях. Так, в ходе эксперимента (Goldman, Mc Veigh и Richterkessing, 1984) соучастники после отказа субъекта выполнить подготовительную просьбу соглашались с ним, говоря, что, конечно же, целый год посвящать два часа личного времени в неделю благотворительности — это слишком много, зато другая программа потребует не более двух часов, а это совсем мало. Хотя это заявление должно было усилить контраст, никакого дополнительного эффекта получено не было. Однако и в этой ситуации техника «дверью-по-носу» оказалась функциональной. Вероятно, это означает, что если контраст хорошо заметен, то этого вполне достаточно. По этой причине исследователи (Goldman, Gier et Smith, 1981) манипулировали переменной контраста с помощью значимости последней просьбы. Цель состояла в том, чтобы убедить людей, случайно отобранных из справочника, выполнить просьбы различной значимости: малозатратную просьбу (ответить на пять вопросов по поводу предпочитаемой музыки на радио), умеренную просьбу (после ответа на вопросы слушать радио в течение получаса) или затратную просьбу (отмечать все услышанные названия передач в течение четырех недель на выданном бланке и через месяц отправить его обратной почтой). Процент согласия с каждой из этих просьб измеряли в контрольной группе, тогда как при условии «дверью-по-носу» каждой из этих просьб предшествовала непомерная просьба (позвонить 50 людям из списка и задать им несколько небольших вопросов в течение ближайшего уик-энда). Результаты показали, что при условии «дверью-по-носу» и малозатратной просьбе согласие на выполнение финальной просьбы было выше, чем при условии умеренно затратной просьбы. А использование умеренно затратной просьбы, в свою очередь, позволило, тем не менее получить лучшие результаты, чем в ситуации с высокозатратной просьбой. Чем сильнее был контраст, тем больше было подчинение.

Интересная и эмпирически подтвержденная теория контраста применительно к технике «дверью-по-носу» оставляет тем не менее много вопросов. С одной стороны, последний опыт, который мы представили, может также служить подтверждением теории уступок (чем больше проситель уступал, тем больше субъект чувствовал себя обязанным уступить тоже). Следовательно, нельзя удовлетво-

ряться этим единственным исследованием для подтверждения гипотезы контраста. С другой стороны, в других исследованиях неэффективность техники «дверью-по-носу» не согласуется с теорией контраста: трудно понять, почему контраст не сработал, когда просителями были разные лица (Cialdini et al., 1975, эксперимент 2).

Теория чувства вины

Эта теория — самая современная из тех, что были выдвинуты для объяснения эффекта техники «дверью-по-носу» (O'Keefe et Figge, 1997). Согласно этим авторам, отказ выполнить первую просьбу вызывает у субъекта чувство вины, которое, в свою очередь, побуждает его выполнить вторую просьбу, чтобы уменьшить это чувство. Когда эффекта «дверью-по-носу» не наблюдается, это может объясняться тем, что первоначальный отказ активизировал чувство вины в недостаточной мере. Следовательно, увеличение чувства вины должно приводить к усилению эффективности техники «дверью-по-носу». Точно так же действие, направленное на снижение чувства вины, связанное с принятием второй просьбы, должно усиливать и эффект техники «дверью-по-носу». Надо отметить, что эта теория еще не имеет сильного эмпирического подтверждения и часто основывается на анализе предшествующих публикаций по технике «дверью-по-носу». Мы видим, что многочисленные аргументы в пользу этой теории суть те же самые, что использовались для объяснения эффекта этой техники в терминах взаимных уступок. Например, увеличение эффективности техники, связанное с приращением временно́го интервала, совместимо с объяснением в терминах виновности. Чувство вины постепенно рассеивается по мере того, как проходит время. Тот факт, что эффективность техники «дверью-по-носу» является наибольшей, когда обе просьбы излагаются одним и тем же лицом, также совместим с теорией чувства вины. Субъект имеет возможность уменьшить свою вину, удовлетворив просьбу того лица, которое он обидел. И наконец, мы видели, что эффективность «дверью-по-носу» всегда достигается при использовании просьб просоциального характера. Ведь чувство вины чаще всего возникает, когда просьба относится к просоциальным.

Такое теоретическое объяснение интересно, но не опровергает теорию взаимных уступок. Напротив, она может объяснить эффект техники «дверью-по-носу» там, где теория контраста не позволяет это сделать (эффект замены просителя). Тем не менее надо полагать, что у теории взаимных уступок имеются определенные границы, хотя новое объяснение ее полностью не отменяет. Например, мы приводили выше исследование, которое показало, что если проситель настаивает на важности подготовительной просьбы (пригласить волонтеров для гуманитарной ассоциации), а затем просит субъекта помочь другим способом, то это не приводит к увеличению числа оказавших помощь по сравнению с тем случаем, когда проситель не настаивает (Abrahams et Bell, 1994). В принципе, акцент на важности просьбы должен был бы вызвать большее чувство вины и, следовательно, увеличить помощь. Конечно, отсутствие эффекта могло быть обусловлено тем, что в обоих случаях порождалось одинаковое чувство вины. Однако ранее мы говорили о том, что, вероятно, ощущение уступки было равноценным в обоих случаях. Проблема, следовательно, не разрешается. С другой стороны, эта теория может объяс-

нить, почему эффект «дверью-по-носу» наблюдается также при условии коммуникации с помощью компьютера (см. «электронную дверью-по-носу»).

Эта теория интересна, но, очевидно, требует проведения экспериментальных исследований. Для фактического тестирования этой гипотезы нужно будет манипулировать переменными просьб, поступков просителя, порождающими чувство вины (например, жесты отчаяния), степени вины, испытываемой после отказа...

Хотя, как мы видели, существует несколько объяснений эффекта техники «дверью-по-носу», они не исключают друг друга. Активироваться могут или несколько процессов, или один в соответствии с характером просьбы, отсрочкой, типом прошения и т. д. Это было обнаружено при изучении техники «нога-в-дверях» (Burger, 1999), но может быть применено и к технике «дверью-по-носу». Очевидно, что для создания теоретической модели, объясняющей феномен стороннего влияния, коим является техника «дверью-по-носу», абсолютно необходимы новые эксперименты.

«Дверью-по-носу» и «нога-в-дверях»: сравнительный анализ эффективности

Какая же из этих техник эффективнее? С одной стороны, они не всегда сопоставимы, поскольку контекст их использования различается. Так, если нужен временной промежуток между двумя просьбами, если нужно использовать разных экспериментаторов, то лучше применить технику «нога-в-дверях». Если же вы желаете сразу приступить к целевой просьбе после изложения подготовительной, тогда лучше использовать технику «дверью-по-носу». С другой стороны, существует мало сравнительных исследований этих двух техник и контекст часто не дает возможности реально их оценить. Так, представленное ранее исследование (Cialdini et Ascani, 1976) показало, что «дверью-по-носу» была эффективнее «ноги-в-дверях» в ситуации, когда необходимо было побудить людей сдать кровь, но только в поведенческом аспекте (люди активно сдавали кровь), тогда как в намерении не наблюдалось никакой разницы. Тем не менее в этом исследовании поведение субъектов при условии «дверью-по-носу» было не намного эффективнее, чем при контрольном условии. Таким образом, нельзя делать вывод о реальном превосходстве одного метода над другим, поскольку они не показали существенной разницы в результатах. Дийяр, Хантер и Бегун (1984), вместо того чтобы сравнивать одно исследование с другим, попытались выяснить, можно ли дифференцировать обе техники в терминах эффективности. Они пришли к выводу, что обе техники функционируют одинаково. Тем не менее кажется, что есть критерий, который их различает: процент согласия на выполнение просьбы в контрольных условиях. С помощью регрессионного анализа эти исследователи показали, что, когда норма подчинения при контрольном условии мала (–35%), техника «нога-в-дверях» обладает большей эффективностью, чем «дверью-по-носу». Когда норма подчинения в контрольном условии значительна (+55%), проявляется обратная тенденция и техника «дверью-по-носу» обладает большей эффективностью. Разумеется, речь идет об анализе *a posteriori*, а не о настоящем эксперименте, хотя этот анализ провели на сравнении 33 опытов, и это позволяет думать, что такое различение возможно. Данную гипотезу еще предстоит подтвердить. Как

мы видим, трудно говорить о том, что одна техника лучше другой, так как фактически их эффективность зависит от факторов, связанных с просьбой, с характером взаимодействия просителя и лица, к которому обращена просьба. Гольдман (1986) даже предложил объединить обе техники. При одном условии он вначале обращался к субъекту с непомерной просьбой в соответствии с техникой «дверью-по-носу», затем с незначительной просьбой в соответствии с техникой «нога-в-дверях» и наконец с финальной просьбой. Результаты показали, что 57% субъектов согласились выполнить целевую просьбу при условии сочетания двух техник против 42% при условии использования только «дверью-по-носу», 46% — при условии только «ноги-в-дверях» и 22% — при контрольном условии. В данном случае наложение двух техник привело к большему подчинению. Следовательно, трудно говорить об относительной эффективности двух техник, особенно когда их сочетание оказывает дополнительное влияние на подчинение. Оценка методологических условий является, по-видимому, важным критерием при выборе техники.

Вовлеченность: «Ты отвечаешь за то, что делаешь»

«Я беру на себя обязательство», — так написал в своей программе Лионель Жоспен, кандидат в президенты Франции в 2002 г. В свое время эта поразительная формулировка заставила о себе много говорить. «Снова обещания», — скажут некоторые. «Нет», — отвечу я, так как под таким заголовком объединены определенные позиции, содержащиеся в этой программе и определяющие выполнение выборных обещаний (экономических, социальных, обещаний в сфере безопасности и пр.)[1]. Действие начинается с вовлеченности в него. Добавьте к этому тот факт, что о своей позиции вы сообщаете десяткам миллионов сограждан, многие из которых будут вам постоянно о ней напоминать.

Согласно Кислеру (Kiesler, 1971), вовлеченность является связующим звеном между индивидом и действием. Поэтому, если мы вовлечены в действие, например вербально, это оказывает на нас психологическое давление, вследствие чего мы пытаемся выполнить то, во что были вовлечены. «Что посеешь, то и пожнешь», «Всегда надо заканчивать то, что начал», «Сказано — сделано». Эти общеизвестные пословицы на самом деле заключают в себе суть того, на чем основывается вовлеченность: 1) обещание сделать, 2) факт начала действия. Эти слова могут показаться весьма тривиальными, но скоро мы убедимся в том, что держим в руках мощнейшую технику психосоциального влияния, побуждающую индивида демонстрировать поведение, которого от него ожидают.

Быть вовлеченным — значит взять на себя обязательство

Выше уже говорилось о том, что вовлеченность является связью, объединяющей индивида и его действие. Существование этой связи было подтверждено экспериментально. В частности, ставился вопрос: как поступит человек, если его вовлекают во что-либо против его воли, насильно? Сделает ли он то, что от него потребуют, и насколько хорошо?

Исследование Мориарти (Moriarty, 1975), часто цитирующееся в работах о вовлеченности, прекрасно иллюстрирует эффективность вовлеченности, к которой субъекта в буквальном смысле слова вынудили. В своем первом эксперименте Мориарти (1975) использовал отдыхающих на пляже без их ведома. Первый со-

---

[1] Это совпадает с мнением Эрика Дюпена (Éric Dupin), выраженным в его редакционной статье в специальном приложении, посвященном выборам 2002 г., к газете «Монд» от 11 апреля (четверг) 2002 г. Этот журналист в действительности считает, что «направленность кампаний намного больше влияет на общественную политику, впоследствии успешно ведущуюся, чем об этом принято думать». Кроме того, Эрик Дюпен напоминает о многочисленных примерах, отражающих иногда доведенное до крайности уважение к воле, предварительно афишированной на выборах, со стороны избранных кандидатов.

участник эксперимента расстилал свое полотенце в полутора метрах от субъекта, ложился и включал радиоприемник. Пару минут спустя он поднимался и вступал в беседу с субъектом. В условиях вовлеченности он ему говорил, что должен дойти до дороги (т. е. до конца пляжа), и просил субъекта присмотреть за вещами пару минут, пока он не вернется. В условиях отсутствия вовлеченности соучастник эксперимента подходил к испытуемому с сигаретой, говорил ему, что он один и что у него ничего с собой нет, и спрашивал, не найдется ли огонька. Затем в обеих ситуациях соучастник уходил на другой конец пляжа. Несколько минут спустя второй соучастник эксперимента приближался к месту, где лежали вещи первого соучастника, останавливался и брал радиоприемник. Затем он удалялся с приемником под мышкой в направлении, противоположном тому, куда пошел первый соучастник эксперимента. Затем оценивалась реакция субъектов. Полученные результаты представлены ниже на рис. 2.3.

Результаты говорят сами за себя. Почти все субъекты, предварительно вовлеченные в наблюдение за вещами, препятствовали действиям вора. Оценивая результаты женщин, нужно учесть, что соучастник-«вор» был мужчиной, и принять во внимание фактор потенциального риска.

Второе исследование автора, проведенное в ресторане, где на этот раз девушка просила клиентов присмотреть за дорогой сумочкой, подтвердило эти результаты: 100% субъектов вмешались при условии вовлеченности против 12,5% в контрольной группе. К тому же крайне высокий уровень вмешательства был получен в многочисленных репликациях этого эксперимента (Harris et Samerotte, 1976; Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd, 1980; Shaffer, Rogel et Hendrick, 1975; Stewart et Cannon, 1977). В нашем эксперименте мы получили такие же результаты в менее проблемной ситуации. Помощник экспериментатора у кассы в супермаркете просил субъекта последить за его тележкой, пока он не купит продукты, о которых забыл. Несколькими секундами позже другой соучастник, стоявший в очереди позади первого, вставал на его место, чтобы не ждать попусту. В условиях вовлеченности субъекты вмешались в 95% случаев против 15% в условии отсутст-

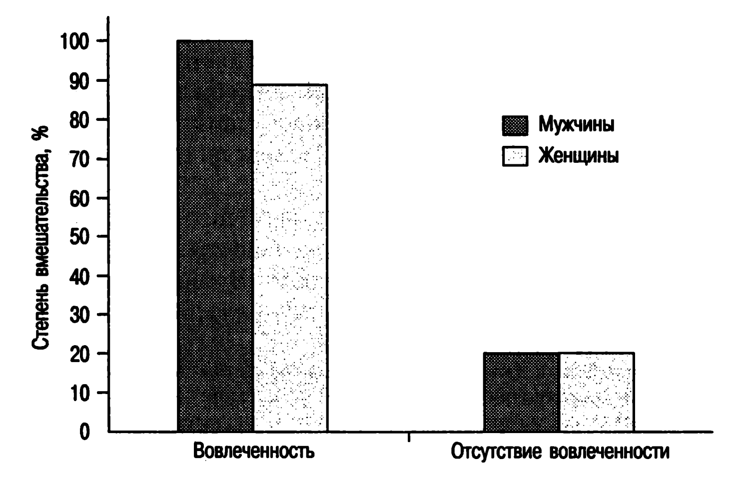


Рис. 2.3. Степень вмешательства мужчин и женщин согласно экспериментальному условию

вия какого бы то ни было предварительного вовлечения. При этом действия второго соучастника не являются сомнительными — они даже законны. Таким образом, кажется, что, будучи помимо своей воли вовлечен в наблюдение за вещами другого человека, субъект чувствует себя ответственным за все, что может произойти с тележкой нашего соучастника.

Результаты этих экспериментов и, в частности, экспериментов Мориарти (1975) вызывают удивление, с одной стороны, потому, что степень вмешательства при условиях вовлеченности очень высока; с другой — потому, что известно, что люди редко пытаются воспрепятствовать краже или изобличают вора (Bickman, 1975; Gefland, Hartman, Walder et Page, 1973; Guéguen et Pascual, 2002). Наконец, известно, что субъекты не прогнозируют, что поступят подобным образом в реальной ситуации. Шеффер, Рогель и Хендрик (Shaffer, Rogel et Hendrick, 1975) оценили поведение субъектов в ролевой игре в условиях вовлеченности и отсутствия вовлеченности. Игра показала, что вмешались почти все субъекты в условиях отсутствия вовлеченности, но в реальной жизни этот показатель значительно ниже.

Ответственность вовлеченности или привлечение к ответственности?

Итак, после интерпретации результатов представленных выше экспериментов, можно сказать, что вовлеченность в действие является мощным индуктором поведения. Однако некоторые исследования показывают, что не одна только вовлеченность объясняет такое изменение в поведении людей, направленное на повышение степени вмешательства. Так, Шварц, Дженнингс, Петрилло и Кидд (Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd, 1980) провели свой эксперимент в библиотеке. Они ввели еще одно условие: субъект вовлекался соучастником эксперимента, который сам присматривал за чьими-то вещами. Этот соучастник говорил, что должен уйти на лекцию, и просил у субъекта принять эстафету и посмотреть за вещами. Несколькими минутами позже второй соучастник крал калькулятор, оставленный на столе. Результаты, полученные в этом эксперименте, представлены ниже, в табл. 2.15. Как и ранее, измерялась степень вмешательства субъекта, а также учитывалось время на задержание вора (латентность вмешательства).

Таблица 2.15

Степень и латентность вмешательства в соответствии с условиями эксперимента

	Вовлеченность самим пострадавшим	Вовлеченность через делегирование	Отсутствие вовлеченности
Степень вмешательства, %	100,0	60,00	40,00
Латентность вмешательства, секунды	2,70	31,72	42,02

Итак, при условии делегирования субъекты реже вмешиваются с целью воспрепятствовать краже. Увеличивается и время реагирования на совершенную кражу.

Быть вовлеченным — значит быть ответственным

Итак, кажется, что вмешательство субъекта объясняется не вовлеченностью в наблюдение за вещами, а вовлеченностью по отношению к определенному человеку (в данном случае — жертве кражи). Согласно исследованию Шварца и коллег (Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd, 1980), мы вправе думать, что субъект не реагирует на кражу при условии делегированной вовлеченности потому, что в этом случае его ответственность меньше и ее не хватает для вмешательства. Кроме того, многочисленные работы, посвященные оказанию помощи другим людям, продемонстрировали, в частности в ситуациях оказания неотложной помощи, что распределение ответственности между индивидами снижает вероятность оказания помощи каждым из них (Latané et Darley, 1970). Известно, что одно только присутствие другого человека способствует снижению степени помощи, которую один человек способен оказать другому (Hurley et Allen, 1974). Кроме того, как правило, наблюдается отрицательная зависимость между степенью помощи и количеством присутствующих людей (Latané et Darley, 1970). Отсутствие прямой просьбы со стороны нуждающегося в ней также способствует снижению степени помощи (Goldman, Broll et Carril, 1983). Суждение субъекта о том, что он ответствен за происходящее с жертвой, влияет на оказание помощи. Так, Самеротт и Харрис (Samerotte et Harris, 1976) показали: если соучастник эксперимента заставит прохожего при помощи одной только фразы поверить, что тот несет некоторую ответственность за рассыпанные соучастником конверты, этого будет достаточно, чтобы повысить степень оказания помощи вдвое. Ответственность субъекта может повышать простой вывод о том, что он единственный, кто способен адекватно прореагировать в данной ситуации. Росс (Ross, 1971) показал, что взрослый человек в присутствии двух других взрослых людей — участников эксперимента — получает внутреннюю инструкцию ничего не делать и не вмешивается, когда дым проникает в комнату, где он находится. В большинстве случаев, когда субъект находится один, он вмешивается. Таким образом, если условия способствуют усилению личной ответственности субъекта, например в ситуации задействованы дети, которые могут не знать, что следует делать в подобных обстоятельствах, они ведут и к вмешательству субъекта в ситуацию. Так, можно считать, что в исследовании о делегированной вовлеченности Шварца и коллег (Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd, 1980) самый низкий уровень вмешательства в действия вора обусловлен слабым чувством личной ответственности субъекта за происходящее. К тому же в исследовании этих авторов хорошо прослеживается замедление реагирования в условиях делегированной вовлеченности.

Насколько нам известно, только в одном исследовании была предпринята попытка обосновать гипотезу активизации ответственности в ситуации вовлеченности (Shaffer, Rogel et Hendrick, 1975). Соучастник садился в библиотеке напротив испытуемого (студента). Через две минуты он уходил, оставив свои вещи. В половине случаев он просил студента посмотреть за вещами. Спустя несколько минут второй соучастник садился на место рядом с пустым стулом первого соучастника, принимался копаться в его вещах и открыто крал деньги из кошелька или оставленные карманные часы. После совершения кражи этот второй участник уходил, предварительно посмотрев в глаза субъекту напротив. Как и в большинстве исследований, в условиях вовлеченности наблюдался более значительный уровень

вмешательства (67%), чем в контрольной ситуации (13%). В случае, если субъект не вмешивался, первый соучастник возвращался, «замечал» кражу и притворялся глубоко расстроенным. Затем он спрашивал у субъекта, не заметил ли тот что-нибудь. Если тот отвечал утвердительно, то участник расспрашивал его, куда пошел вор, как он выглядел и т. п. В условии вовлеченности субъекты, не прореагировавшие на кражу, оказали более активную помощь первому соучастнику, чем в контрольном условии. Самым интересным в этом исследовании было измерение чувства ответственности субъектов. Согласно данным, в условии вовлеченности не вмешавшиеся субъекты чувствовали себя более ответственными за то, что случилось, и считали себя более виноватыми за невмешательство, чем в контрольном условии. Эта ответственность выражается в поведении субъектов. Оценка поведения, проведенная посредством стороннего наблюдения (наблюдатели находились в десяти метрах от места действия), показала, что в условии вовлеченности 100% субъектов внимательно следили за действиями вора против 79% в контрольной ситуации. Кроме того, наблюдатели увидели, что в условии вовлеченности субъекты очевидно испытывали большее желание вмешаться, даже если не сделали этого в действительности.

Таким образом, данное исследование доказывает, что вовлеченность активизирует чувство ответственности у субъекта. Второй опыт Шеффера и коллег (Shaffer, Rogel et Hendrick, 1975) подтверждает этот эффект: при условии вовлеченности субъекты чувствовали себя более ответственными за то, что могло бы произойти с жертвой, если бы они не вмешались. К тому же в этом втором эксперименте авторы ввели условие, при котором третий участник эксперимента сидел поблизости от субъекта и становился свидетелем кражи. Этот участник должен был изображать равнодушие. При этом условии результаты показывают понижение степени вмешательства субъекта в условии вовлеченности, а также понижение оценки личной ответственности по сравнению с условием с одним соучастником. Эти два эксперимента, насколько нам известно, являются единственными, в которых тестировалась гипотеза активизации и распределения ответственности в условии вовлеченности в наблюдение. Полученные результаты свидетельствуют, что обработанные экспериментальные переменные (вовлеченность и рассеивание ответственности) хорошо выражаются через оценку личной ответственности, которая варьирует в зависимости от условий. Чувство ответственности выше такового в контрольном условии, когда субъект — единственный, кто может действовать, и есть предварительная вовлеченность. Таким образом, очевидно, что норма ответственности (Latané et Darley, 1970) активизируется высказанной жертвой просьбой и как следствие эта ответственность объясняет поведение субъекта, препятствующего краже.

Норма ответственности, активизированной техникой влияния, способствует суждению, что только субъект в состоянии помочь просителю, а это приводит к оказанию им помощи в большем объеме. Кроме того, известно, что норма активизированной ответственности ведет, если эта ответственность оказывается неожиданной для субъекта, к повышению уровня оказываемой просителю помощи. Так, Самерот и Харрис (Samerotte et Harris, 1976) показали, что если субъект не заметил случившейся кражи, он при условии вовлеченности более охотно соглашался на просьбу жертвы о деньгах. К тому же денежная сумма была более значительной.

Устойчивость вовлеченности

Данные указывают на то, что вовлеченность — устойчивое во времени явление Так, было показано (Joule, 1994), что люди, долгое время находящиеся без работы, при условии вовлеченности в процессе обучения были более мотивированы к этому самому обучению. После окончания обучения мотивация, порожденная ситуацией вовлеченности, продолжала существовать. Кастра (Castra, 1995) наблюдал наилучшую интеграцию у субъектов (молодых людей с низким уровнем квалификации) именно при вовлеченности в обучение. Действительно, если наблюдается устойчивый эффект вовлеченности, можно прогнозировать, что то же произойдет и с ответственностью, активизированной подобной вовлеченностью. Таким образом, испытуемый должен проявлять участие к судьбе человека и после того, как ситуация вовлеченности была снята. В своем недавнем исследовании Геген и Триффо (Guéguen et Triffaut, 2002) протестировали эффект устойчивости изначальной вовлеченности, а также влияние времени на эту вовлеченность. Их исследование было проведено в пригородных поездах, где соучастник садился напротив субъекта и принимался читать журнал. При условии отсроченной вовлеченности участник эксперимента, едва успев устроиться, вставал и говорил субъекту: «Я иду в туалет, не могли бы вы посмотреть за моими вещами? Спасибо». Не дожидаясь ответа, соучастник эксперимента направлялся к туалету в конце вагона. По прошествии двух минут он возвращался на свое место и садился, никак не контактируя с субъектом. Затем он снова принимался за чтение своего журнала. При условии недавней вовлеченности соучастник действовал в точности таким же образом, но отправлялся в туалет только за пять минут до прибытия на вокзал. Наконец, в контрольном условии соучастник, едва устроившись, устанавливал краткий контакт с субъектом, спрашивая его, который час. Затем он действовал, как в предыдущих случаях. Через несколько минут он вставал, направлялся в туалет, возвращался через две минуты и садился. Естественно, в данном случае участник эксперимента не просил субъекта присмотреть за вещами, пока его не было. Когда поезд прибывал на вокзал, соучастник вставал, собирал свои вещи и уходил, «забыв» журнал. В эксперименте оценивалось, указывал или



Рис. 2.4. Степень вмешательства субъекта в соответствии с экспериментальными условиями

не указывал субъект участнику эксперимента на забытую вещь. Результаты представлены на рис. 2.4.

Как мы видим, наблюдается эффект устойчивой вовлеченности. Опасность кражи миновала, участник эксперимента вернулся, но тем не менее кажется, что субъект более внимателен к вещам участника, так как в большинстве случаев он напоминает о забытом журнале. К тому же замечено, что степень вмешательства тем выше, чем ближе к моменту выхода из поезда была ситуация вовлеченности.

Естественно, ввиду сложности проведения подобного эксперимента степень ответственности субъектов измерить проблематично. Оценивание было проведено студентами, которым был предложен сценарий эксперимента, но не сообщены результаты. Их попросили поставить себя на место субъекта и оценить степень своей ответственности и степень ответственности соучастника. Полученные результаты представлены в табл. 2.16.

Таблица 2.16

Средняя оценка согласно типу сценария (высшие результаты = акцентирование измеряемой величины)

	Вовлеченность	Контрольное условие
Ответственность субъекта за забытый журнал	2,46	1,74
Невнимательность субъекта, не бросившего взгляд на вещи пострадавшего	3,07	2,14
Ответственность субъекта при наблюдении за вещами	3,36	2,13
Ответственность пострадавшего за забытый журнал	6,39	6,89
Невнимательность пострадавшего, не бросившего взгляд на свои вещи	6,00	7,26

Исключение составляет мера ответственности пострадавшего. Различия между двумя группами являются статистически значимыми. Замечено, что соучастнику приписывается бóльшая степень ответственности, чем субъекту.

Баер, Гольдман и Юнке (Baer, Goldman et Juhnke, 1976) подтвердили эти результаты в своем эксперименте. Они использовали трех «подсадных уток». Соучастники находились в лифте в тот момент, когда входил субъект. Первый спрашивал у субъекта, какое сегодня число. Получив необходимую информацию, он его благодарил. Чуть позже первый соучастник спрашивал второго соучастника, идет ли лифт на последний этаж. Второй соучастник отвечал «да», что не соответствовало действительности. В другом условии первый соучастник интересовался у субъекта сегодняшним числом, но этаж остановки лифта у второго соучастника спрашивал третий. Наконец, в контрольном условии предварительное взаимодействие первого соучастника и субъекта не имело места. В этом исследовании измерялась степень вмешательства субъекта с целью исправления ложной информации, исходящей от второго соучастника. Результаты показывают, что, когда вопрос об этаже задавал первый соучастник, информацию корректировали

70% субъектов против 35%, когда запрос исходил от третьего соучастника. Наконец, в контрольном условии информация была опровергнута в 33% случаев. Здесь принятие на себя изначальной ответственности за помощь другому человеку устойчиво во времени и содействует оказанию помощи в дальнейшем.

Все эти работы показывают, что вовлеченность повышает чувство ответственности и заставляет субъекта действовать более активно. Естественно, этот эффект не ограничивается вовлеченностью в наблюдение за вещами другого человека. В следующем разделе мы увидим, что эффект вовлеченности наблюдается во множестве поведенческих ситуаций. Однако очевидно, что во многих случаях полученные результаты объясняются испытываемым чувством личной ответственности.

Намерения достаточно, даже если у нас нет намерения

Если мы намереваемся сделать что-либо, достаточно ли этого для того, чтобы мы действительно сделали то, о чем говорили? Вы мне скажете: и «да» и «нет». Действительно, трудно знать наверняка. Тогда я задам вопрос более точно: «Есть два человека, один из них говорит, что намеревается сделать что-либо, а другой молчит. Кто на самом деле будет действовать?» Уверен, вы посчитаете, что действовать будет тот, кто высказал такое намерение. Действительно, если он об этом говорит, значит, у него более сильная мотивация.

Теперь представьте такую ситуацию. У человека нет намерения делать что-либо, но его спрашивают о том, есть ли у него такое намерение. Будет ли он действовать в этом случае? Вы скажете «нет», потому как у него не было намерения. Некоторые исследователи, напротив, ответят утвердительно. Может быть, задав вопрос, вы активизировали намерение и побудили человека к действию. В сущности, достаточно простого призыва к возможному совершению поступка, чтобы он был совершен.

Шерман (Sherman, 1980) считал, что просьба предсказать свое поведение может повысить вероятность демонстрации этого поведения в действительности. Это самопредсказание является формой когнитивного представления действия, которое облегчает воспроизведение данного действия. Таким образом, если побудить людей говорить, что они намерены сделать нечто, очевидно, это приведет к тому, что часть их действительно сделает это.

С целью проверки эффекта самопредсказания Гринвальд и коллег (Greenwald, Carnot, Beach et Young, 1988) привлекли студентов к наблюдению за президентскими выборами в США. Эксперимент производился во время президентской кампании, когда был переизбран Рональд Рейган. Субъекты контактировали с экспериментаторами по телефону за несколько дней до окончания составления списков избирателей. Экспериментатор говорил, что он студент, проводит опрос о выборах, и просил субъекта принять в них участие. После согласия последнего он спрашивал его имя. Затем экспериментатор уточнял, знает ли он, куда нужно записаться, чтобы проголосовать, и когда заканчивается составление списков избирателей. В экспериментальных условиях субъекта спрашивали, что он намеревается делать с настоящего времени до дня окончания составления избирательных списков и собирается ли он себя туда внести. В контрольных условиях субъ-

екту не задавали два последних вопроса. Впоследствии запись была проверена по избирательным спискам.

Результаты показывают, что достаточно спровоцировать людей сказать, что они запишутся, чтобы повысить число действительно записавшихся (21%) по сравнению с теми, у кого об этом намерении не спрашивали (9%). Таким образом, заставить сказать о намерении достаточно для повышения числа людей, которые переведут это намерение в действие.

Второй эксперимент Гринвальда и коллег продемонстрировал тот же эффект. У субъекта спрашивали, знает ли он, где находится его избирательный участок и когда он открывается. В экспериментальном условии его спрашивали, что он намерен делать между настоящим моментом и временем закрытия избирательного участка на следующий день и думал ли он о том, пойдет голосовать или нет. В контрольном условии два последних вопроса не задавались. Как и ранее, факт голосования был проверен по регистрационным спискам. Наблюдение показало, что в экспериментальном условии проголосовало 87%, а в контрольном — 62%. Уже здесь видно, что эти отличия объясняются тем фактом, что в одном случае эксплицитно были активизированы намерения, а в другом — нет, в то время как латентные намерения присутствовали в приблизительно равных пропорциях в обеих группах.

Самововлеченность: ловушка наших личных решений

До сих пор мы рассматривали только такие исследования, в которых вовлеченность навязывалась испытуемым. В подобных случаях вовлеченность предстает мощнейшим фактором влияния, устойчивым во времени. Но будет ли столь же сильным воздействие вовлеченности, к которой нас не вынуждали? На первый взгляд кажется, что да. Но мы также знаем из собственного опыта, что не смогли сделать множество вещей, хотя переживали вовлеченность. Сколько курильщиков решали, что эта сигарета — последняя, и не бросали вредную привычку? Или, если наши изначальные действия ведут к определенным катастрофическим последствиям, будем ли мы настаивать на исходном явно ошибочном решении? Здравый смысл берет верх, и мы пытаемся исправить положение вещей. Вскоре вы увидите, что на самом деле мы склонны придерживаться выбранной однажды линии поведения, даже если она ошибочна.

Трата сил попусту: *Homo economicus* не экономит, если вовлечен

Если мы вложили много средств во что-то, что не стало «плодоносить», не лучше ли перестать тратить на это деньги? Аркес и Блюмер (Arkes et Blumer, 1985) показывают, что, согласно экономической модели, будет лучше остановиться, потеряв пять миллионов. Но люди склонны действовать нерационально и к потерянным пяти добавлять еще столько же. Этот эффект устойчивости изначальной вовлеченности авторы назвали *Sunk Cost,* что Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 2002) перевели как *dépense gâchée* («напрасные расходы»). Фактически *Sunk Cost* обозначает тенденцию субъекта вкладывать деньги в то, на что деньги уже были потрачены, даже если результаты первоначального вложения не являются обнаде-

живающими. Но что объясняет наш выбор: устойчивость вовлеченности или чисто экономическая рациональность? Чтобы это выяснить, Аркес и Блюмер (Arkes et Blumer, 1985) придумали серию экспериментов. Двум группам людей были представлены сценарии инвестиционного проекта фиктивной компании.

Первый сценарий был таким:

Будучи президентом авиакомпании, вы инвестировали 10 миллионов долларов из денег компании в исследовательский проект. Целью было создание самолета, который невозможно было бы обнаружить с помощью обычных радаров. Другими словами, речь шла о создании так называемого самолета-невидимки. Ваш проект закончен уже на 90%, но тут конкурирующая фирма выпускает другой самолет-невидимку. От экспертов вы узнаете, что этот самолет к тому же более быстрый и более экономичный, чем тот, над которым работает ваша фирма.

Будете ли вы инвестировать 10% из вашего исследовательского фонда, чтобы закончить ваш проект?

Второй сценарий, данный другой группе, был следующим:

Будучи президентом авиакомпании, вы получили предложение от одного из ваших подчиненных из службы развития. Он предложил использовать последний миллион из денег компании, предназначенных для исследований, на создание самолета, который невозможно было бы обнаружить с помощью обычных радаров. Другими словами, речь шла о создании так называемого самолета-невидимки. Между тем конкурирующая фирма создала другой самолет-невидимку. От экспертов вы узнаете, что этот самолет к тому же более быстрый и более экономичный, чем тот, над которым ваша фирма могла бы работать.

Потратите ли вы последний миллион долларов из исследовательского фонда на проект самолета-невидимки, предложенный вашим сотрудником?

Как можно видеть, в обоих сценариях компания терпит поражение. Однако в первом сценарии известно, сколько денег было изначально инвестировано, а во втором — нет. Если учесть только экономическую теорию, то результаты в обеих группах должны быть одинаковыми, поскольку нелогично тратить миллион долларов на провальный проект. Результаты, полученные Аркесом и Блюмером (Arkes et Blumer, 1985) и представленные на рис. 2.5, представляют совершенно иное распределение.

Если во втором сценарии превалирует главным образом экономическая логика, то в первом этого нет. Знание предварительно потраченной суммы способствует принятию решения о дальнейшем вложении денег, хотя очевидно, что они будут потеряны. Мысль о том, что предыдущие траты были напрасными, становится невыносимой.

Конечно, эксперимент проводился со студентами филологического и гуманитарного факультетов, и можно было бы указать на отсутствие у них знаний в области управления и экономики. Поэтому Аркес и Блюмер (Arkes et Blumer, 1985) провели другой эксперимент, в котором использовали более типичный сценарий.

Предположим, что несколько месяцев назад вы купили билет за 100 долларов и собираетесь отправиться на уик-энд в Мичиган покататься на лыжах. Несколько недель спустя вы покупаете за 50 долларов билет в Висконсин, где тоже есть лыжный курорт и где программа кажется вам более предпочтительной. Сравнив билеты, вы вдруг понимаете, что купили билеты на одно и то же число. Срок возврата билетов прошел, и вы не можете их вернуть.

Теперь вы вынуждены выбрать либо одно, либо другое направление. Куда вы поедете?

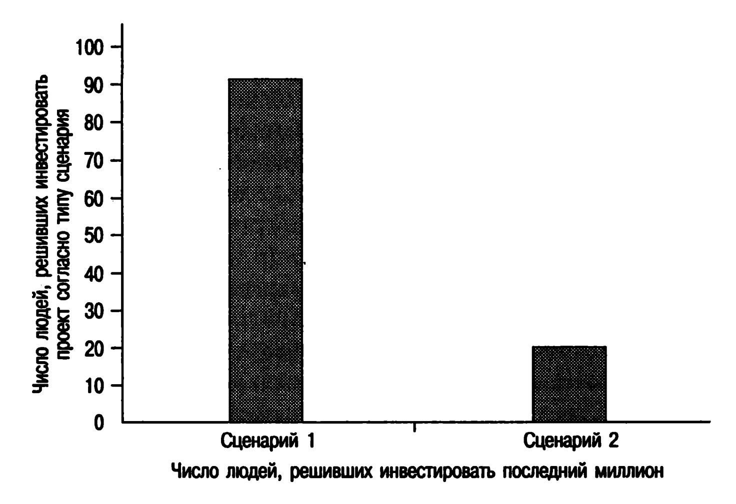


Рис. 2.5. Число людей, решивших инвестировать проект согласно типу сценария

Экономическая логика должна бы привести к предпочтению принципа удовольствия (при потере одинаковой денежной суммы получить наибольшие выгоды (удовольствие)) и наиболее привлекательного направления (в данном случае Висконсин). Результаты же показывают совсем иное распределение: 56% высказались за Мичиган и, следовательно, 44% — за Висконсин. Больше половины опрошенных сочли, что лучше отказаться от максимума удовольствия, чтобы оказаться в менее привлекательном, но более дорогом месте.

Конечно, такие эксперименты всегда можно критиковать за то, что участвующий в опросе человек не вовлекается в предлагаемую ему задачу. Стоит, однако, отметить, что Аркес и Блюмер (Arkes et Blumer, 1985) еще раз взяли сценарий с авиационной кампанией, представленный выше, попросив людей оценить вероятность успеха окончательного проекта. Люди оценивали вероятность успеха как более высокую, когда 9 миллионов уже потрачены и нужно вложить последний. При разовом вложении вероятность оценивалась ниже. Таким образом, мы видим, что информация об исходных инвестициях крайне важна. Кроме того, исследование Гарланда (Garland, 1990) показало, что чем более значительны исходные вложения, тем чаще люди полагают, что нужно инвестировать в проект и дальше.

Итак, человеку трудно сохранить экономическую рациональность, первоначальные вложения пропали втуне. Можно предположить, что этот эффект связан с ответственностью, которую человек несет за плохо сделанный выбор. Вот почему некоторые исследователи полагают, что индивидууму еще труднее отказаться продолжать инвестирование, если он несет ответственность за начальную потерю вложений. Стоу (Staw, 1976) придумал эксперимент, основанный на ролевой игре (игра в предприятие), который был проведен со студентами факультета управления. В условиях, названных условиями высокой ответственности, участники должны были поставить себя на место коммерческого директора предприятия, занимающегося новейшими технологическими разработками. Коммерческий директор должен был принять решение в сфере исследований и развития. Предприятие несло потери в течение нескольких лет. Таким образом, была необходимость

инвестировать 10 млн долларов, но только в одно из подразделений предприятия (либо в службы, либо в изготовление продукции). Далее давалось описание этих двух подразделений. Участник эксперимента должен был сказать, в какое из подразделений он инвестировал бы фонды исследований и развития, и письменно пояснить свой выбор. Он отдавал бланк экспериментатору и получал продолжение сценария. Участник обнаруживал себя пятью годами позже и на этот раз должен был инвестировать 20 млн долларов в исследования и развитие. Он снова находился в ситуации, где нес ответственность, но на этот раз мог распределить фонды в два подразделения, как хотел. Финансовые итоги работы подразделений за предыдущие пять лет были представлены. Для половины участников баланс был положительным, в пользу изначально выбранного из двух подразделений (положительные последствия). Для другой половины баланс был отрицательным (отрицательные последствия). Короче говоря, участник видел, принесли ли прибыль его изначальные инвестиции или нет. Были также введены условия низкой ответственности. Здесь участники не делали первичного выбора и получали информацию о выборе, сделанном другим коммерческим директором предприятия. В этом случае задачей участников было распределить вторичные инвестиции. Здесь они несли ответственность за выбор и имели ту же информацию о финансовых итогах работы каждого подразделения. Средние значения инвестиций, вложенных в каждое из подразделений во вторую волну инвестирования, представлены в табл. 2.17.

Таблица 2.17

Средний размер инвестиций в соответствии с уровнем ответственности за изначальное вложение и успех или провал этого вложения, млн долларов

	Исходный выбор подразделения службы		Исходный выбор подразделения изготовление продукции	
	Успех	Провал	Успех	Провал
Высокая ответственность	9,36	12,56	9,00	13,46
Низкая ответственность	8,22	9,22	8,48	9,65

Таким образом, когда субъект несет ответственность за изначальное вложение, которое было неправильным, он хочет вложить в это еще больше денег. Когда субъект не несет ответственности за изначальное вложение, наблюдается равновесие в распределении 20 млн долларов между двумя подразделениями. Кажется, таким образом, что субъекту трудно отказаться от изначального решения, за которое он ответствен и которое по прошествии времени оказалось бесплодным. За этим упорством, очевидно, прячется желание рационализировать исходное решение. Отказаться от вложения крупной суммы денег во второй раз — значит подтвердить неправильность первичного выбора, что нанесло бы удар по самоуважению индивидуума.

В представленных нами исследованиях использовался вымышленный контекст (сценарии, ролевые игры), чтобы имелась возможность легко вводить конт-

ролируемые изменения. Возможно ли, что здесь влияли лабораторные условия и в реальной ситуации действует иной механизм? Совершенно очевидно, что в данном случае трудно прибегнуть к экспериментальному методу. Жирандола (Girandola, 1999), так же как и Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 2002), приводит множество примеров, в том числе трагических. Примеры отлично иллюстрируют эффект вовлеченности, ведущий к поддержанию изначальных инвестиций любой ценой, даже когда имеются огромные финансовые и человеческие потери. Так, Жирандола (Girandola, 1999) приводит пример со Всемирной выставкой 1986 г. (*Expo*-86) в Ванкувере, Канада. Стоимость ее проведения предварительно оценивалась в 78 млн канадских долларов, а возросла до 1,5 млрд. Этот случай далеко не единственный. В нашей повседневной жизни нам, как правило, тоже не удается избежать этого механизма нарастания вовлеченности. Наилучшим примером будет несвоевременная починка машины, основные части которой (и соответственно самые дорогостоящие) имеют обыкновение ломаться одновременно (карданный шарнир, сцепление и др.). Очень скоро мы понимаем, что все ремонтные работы обойдутся нам слишком дорого, но не можем отказаться от их проведения, так как это сделало бы бессмысленными предыдущие починки, осуществленные несколькими месяцами или неделями раньше.

Трудно сказать «стоп»: ловушка автоматизма

Таким образом, отказаться от изначальной вовлеченности очень трудно, даже если она совершенно не оправдывает себя. Когда мы погружены в ситуацию вовлеченности, которая оказывается для нас дорогостоящей и в которой мы должны сделать усилия для прерывания этого процесса, смело можно поспорить, что мы позволим себе вовлечься намного дальше, прежде чем «остановим расходы». С целью это протестировать Брукнер, Шоу и Рубен (Brockner, Show et Rubin, 1979) опробовали чрезвычайно замысловатую экспериментальную ситуацию. Эти авторы вовлекли своих субъектов (студентов) в участие в любопытной лотерее. В качестве точки отсчета для участия в игре субъекту давались 4 доллара. Ему говорили, что у него есть возможность выиграть 2 доллара сверх этого. Затем ему давали счетчик, на котором постепенно возрастали числа от 1 до 500, с шагом в одно число. Субъекту говорили, что, как только число в этом интервале совпадет с заданным случайным образом числом, раздастся звонок и субъект выиграет 2 доллара. Каждое увеличение счетчика на одно очко стоило субъекту 1 цент. Таким образом, если звонок не раздается до цифры 400, субъект теряет все деньги. Субъекта также информировали, что через 20 чисел счетчик останавливается на несколько секунд и что можно решить, что делать дальше. В одном условии субъект должен был сказать «стоп», чтобы остановиться, иначе счетчик автоматически продолжал крутиться. В другом условии субъекту говорили, что он должен сказать «дальше», чтобы отсчет возобновился. Понятно, что по условиям эксперимента субъект не выигрывал никогда, потому что интересно было узнать, как далеко он зайдет. Результаты чрезвычайно красноречивы. Субъект нес более значительные потери, когда должен был сказать «стоп». Действительно, при необходимости прибегать к систематическому анализу ситуации через каждые 20 чисел решение субъекта было более рациональным. При автоматическом возобновлении процесса способность субъекта к правильному анализу рисков уменьшалась.

Представленные нами исследования замечательно иллюстрируют ловушку, которую расставляет нам вовлеченность в процесс с отрицательными последствиями. Так можно объяснить множество ситуаций, когда мы не сумели вовремя остановиться. Кроме того, эти исследования опровергают гипотезу о рационалистичности человеческого поведения.

Техники влияния, основанные на вовлеченности

Итак, вовлеченность является мощным фактором влияния на поведение и принятие решений. Поэтому были предприняты попытки экспериментальным путем изучить когнитивные механизмы, которые объяснили бы данный эффект. Сделать это удалось Роберту Чалдини. Вспомним, что этот автор в своей работе всегда пытался руководствоваться приемами, используемыми профессиональными манипуляторами (вербовщиками сект, мошенниками и пр.), а также теми, кто вынужден ежедневно убеждать других людей (продавцы).

Техника *Low-Ball*

Исходный эксперимент. Данная техника обязана своим названием известному исследованию Чалдини, Касиоппо, Бассета и Миллера, результаты которого были опубликованы в 1978 г. Эти авторы хотели изучить, в какой степени устойчивы наши исходные решения, если с их дальнейшем проведением в жизнь связан некоторый личный ущерб.

Задача состояла в том, чтобы студенты согласились участвовать в психологическом эксперименте, который должен был состояться рано утром. Экспериментатор приходил в аудитории и говорил, что ищет студентов для исследования когнитивных процессов и что участие принесет студентам учебный кредит[1]. В контрольной ситуации экспериментатор был честен и говорил, что эксперимент начнется в 7 часов утра. В условиях *Low-Ball* экспериментатор спрашивал, есть ли желающие участвовать в психологическом эксперименте. После того как субъект соглашался на участие, экспериментатор информировал его, что эксперимент начнется в 7 часов утра, и переспрашивал субъекта, согласен ли тот на участие. При обоих условиях субъекту сообщались дата и место проведения эксперимента. Накануне эксперимента каждому участнику по телефону напоминали о завтрашнем мероприятии. Полученные результаты представлены в табл. 2.18. Здесь измерялся уровень принятия просьбы об участии в эксперименте, а также поведение субъектов, т. е. число тех, кто действительно пришел в 7 часов утра к двери лаборатории.

Очевидно, что людям трудно отказаться от изначально принятого решения. Здесь, когда субъекты узнают, что надо будет рано встать после принятия факта участия, среди них почти что в два раза большее количество принимает просьбу об участии в сравнении с теми, кто сразу был информирован о реальной стоимости принятия этой просьбы. К тому же видно, что именно в условиях *Low-Ball*

[1] Учебный кредит — часто используемое в университетах США освобождение от некоторого количества занятий или от какого-то курса в целом за счет участия студентов в исследовательской деятельности или в качестве признания их участия в образовательном процессе. Естественно, это освобождение касается только очень небольшого объема дисциплин, но если вы не успеваете по какой-либо дисциплине или боитесь аттестации, то эта система может быть полезной.

в большей степени наблюдался эффект устойчивости исходного решения. В этом случае сравнительно меньшее число субъектов отвергли свою вовлеченность, вызываемую экспериментатором.

Таблица 2.18

Уровень словесного и поведенческого принятия просьбы об участии, %

	Контрольные условия	***Low-Ball***
Словесное принятие	31,0	56,0
Поведенческое принятие	24,0	53,0

Генерализация эффекта *Low-Ball*. Первое исследование Чалдини и его сотрудников (1978) породило множество последующих работ. Второй эксперимент Чалдини и коллег (Cialdini, Cacioppo, Bassett et Miller, 1978) показал, что *Low-Ball* эффективен в случае принятия людьми прошения в пользу благотворительных ассоциаций. Экспериментатор контактировал со студентами в их комнатах в университетском городке. Он говорил, что представляет известную благотворительную ассоциацию, которая ищет людей для размещения плакатов. В контрольных условиях экспериментатор говорил субъекту, что у него нет больше плакатов и что если субъект согласен помочь, то он должен пойти взять их в определенном месте в доме до определенного часа и затем повесить один плакат на дверь, другой — на окно и оставить их висеть сроком на неделю. В условиях *Low-Ball* экспериментатор спрашивал у субъекта, согласен ли тот повесить плакат. После того как субъект давал согласие, он узнавал правила той же процедуры, что и в контрольной группе. Уже здесь было обнаружено, что 29% субъектов приняли просьбу в контрольных условиях против 75% в условиях *Low-Ball*.

Его эффективность также наблюдается в разных культурах. Геген, Паскуаль и Даго (Guéguen, Pascual et Dagot, 2002) осуществили во Франции эксперимент, целью которого было получить согласие людей, выходивших из больницы, присмотреть в течение получаса за собакой участника эксперимента под предлогом того, что последнему необходимо навестить свою бабушку. В контрольных условиях сразу оговаривался срок посещения, тогда как в экспериментальных условиях просили согласия субъекта, а затем, передавая ему поводок, упоминали, что посещение займет полчаса. Результаты показали, что в контрольных условиях на просьбу согласились 13 против 30% в условиях *Low-Ball*. Кроме того, проанализировав поведение участников, отказавшихся присмотреть за собакой, авторы увидели, что в условиях *Low-Ball* почти все субъекты предложили посмотреть за собакой пять минут, в то время как в контрольных условиях никаких предложений подобного рода не делалось. Это говорит о том, что отказ от нашей первичной вовлеченности очень сложен.

***Low-Ball* и отказ от курения: сравнительный анализ двух техник влияния.** Представленные здесь исследования имели целью оказание помощи другому человеку или благотворительной организации. В обоих случаях речь шла об интересе другого человека. Однако эффективность этой техники доказана и в том случае, когда выгода от выполнения просьбы была совершенно очевидной в пользу субъекта. В самом деле, Жюль (Joule, 1987) показал, что благодаря этому методу возможно побудить человека бросить курить. Цель этого исследователя состояла

в том, чтобы курильщики согласились не курить в течение 18 часов за небольшое денежное вознаграждение в 30 франков. Все субъекты, студенты, были курильщиками и признавали, что выкуривают по меньшей мере 15 сигарет в день. В рамках этого эксперимента были протестированы три варианта «ноги-в-дверях» и три варианта *Low-Ball*. При условии «ноги-в-дверях» экспериментатор начинал с формулировки подготовительной просьбы. В зависимости от условия речь шла то о просьбе ответить на короткий вопросник («нога-в-дверях» с вопросником), то о выполнении задачи, требующей концентрации внимания на несколько минут («нога-в-дверях» с тестом без отказа от табака), то о той же задаче, требующей не курить в течение двух часов («нога-в-дверях» с тестом отказа от табака). Целевая просьба формулировалась вслед за данной просьбой. Она состояла в том, чтобы субъект отказался от табака на 18 часов за вознаграждение в 30 франков.

В условиях *Low-Ball* экспериментатор спрашивал у субъекта, примет ли тот участие в эксперименте, за который ему заплатят 50 франков. Когда субъект соглашался, у него брали данные, чтобы иметь возможность с ним связаться. Несколько дней спустя экспериментатор снова входил в контакт с субъектом и снова спрашивал его, согласен ли он участвовать, зная, что вознаграждение сократилось с 50 до 30 франков (в связи с введением бюджетных ограничений) и что нужно будет, чтобы субъект не курил в течение 18 часов. В условиях *Low-Ball* с прямой информацией просьба излагалась перед назначением даты встречи в лаборатории, тогда как в условиях *Low-Ball* с непрямой информацией просьба излагалась после назначения встречи в лаборатории. Наконец, при третьем варианте условий, названном *Low-Ball* с реализованным действием, просьба излагалась уже после назначения встречи, в тот момент, когда субъект приходил в лабораторию.

Также была введена ситуация с контрольным условием, при котором искомая просьба излагалась субъекту незамедлительно.

Таблица 2.19

Количество субъектов, давших вербальное и поведенческое согласие, %

	Тип согласия на просьбу	
	Вербальное согласие	Поведенческое согласие
«Нога-в-дверях» с вопросником	25,0	10,0
«Нога-в-дверях» с тестом без отказа от курения	50,0	16,7
«Нога-в-дверях» с тестом отказа от курения	50,0	44,4
Low-Ball с прямой информацией	85,0	65,0
Low-Ball с непрямой информацией	91,3	69,6
Low-Ball с реализованным действием	95,2	90,5
Контрольные условия	12,5	4,2

Затем были измерены уровень вербального принятия просьбы (субъекты, которые соглашались участвовать в эксперименте с отказом от курения за возна-

граждение в 30 франков) и реальное поведение субъектов (субъекты, которые действительно отказались от курения на 18 часов перед тем, как принять участие в эксперименте). Полученные результаты представлены в табл. 2.19.

Результаты не нуждаются в комментариях. *Low-Ball* оказывается не только более эффективной, чем «нога-в-дверях», для получения согласия на принятие финальной просьбы, но и, как мы видим, ведет субъектов к более массовому согласию на просьбу экспериментатора. Заметим также, что «нога-в-дверях» является эффективной, в частности, когда присутствует предварительный отказ от курения.

***Low-Ball*: роль вовлеченности.** Несмотря на то что техника *Low-Ball* является интересной и сильной, ей посвящено не такое большое количество исследований, как техникам «нога-в-дверях» и «дверью-по-носу». Тем не менее некоторые исследователи пытались понять объяснительный механизм этой техники, который, очевидно, восходит к вовлеченности. Цель одного эксперимента состояла в том, чтобы студенты приняли участие в исследовании, измерявшем способность последних к счету (Burger et Petty, 1981). Экспериментатор говорил субъекту, что тот должен будет решить около сотни задач, требующих сложного деления. В условиях *Low-Ball* субъекту говорили, что он получит освобождение от занятия за выполнение этого задания. Затем экспериментатор спрашивал субъекта, хочет ли тот участвовать в этом эксперименте. Если он отвечал «да», то экспериментатор говорил ему, что должен пойти в свой офис за заданиями. Это позволяло манипулировать двумя экспериментальными условиями. В условиях *Low-Ball* с одним и тем же экспериментатором последний возвращался пару минут спустя с административным предписанием и информировал субъекта, что не может дать ему освобождения от занятия за участие в этом эксперименте. Затем он спрашивал субъекта, по-прежнему ли тот согласен участвовать в эксперименте. В условиях *Low-Ball* с другим экспериментатором второй экспериментатор приходил к субъекту и представлялся человеком, работающим над проектом разрешения задач. Он держал в руке административное предписание и информировал субъекта, что не может ему дать освобождения от занятий за участие в этом эксперименте. Как и в предыдущем случае, он спрашивал у субъекта, по-прежнему ли тот согласен участвовать. В контрольном условии предполагалось раскрыть субъекту, что его участие не позволит получить освобождения. Результаты показывают, что 55% субъектов поддержали свое решение об участии в условиях *Low-Ball* с одним и тем же экспериментатором, в то время как в условиях *Low-Ball* с другим экспериментатором число поддержавших свое решение составило не более 15%. Отметим, что при этом условии уровень принятия просьбы был статистически таким же, как в контрольном условии (20%). Для этих исследователей такие результаты были подтверждением того, что эффективность *Low-Ball* основывается на обязательстве участвовать, данном субъектом, а не на его вовлеченности. Хотя и будучи интересной, эта объяснительная гипотеза не была протестирована. Кроме того, она абсолютно не противоречит теории вовлеченности. Субъект вовлекается по отношению к кому-то совершенно конкретному, и то, что его связывает с действием, опосредовано через экспериментатора. Действительно, если экспериментатор уже не тот, эта связь не устанавливается. Таким образом, не удивительно, что это давление обязательства, устойчивое при условии вовлеченности, исчезает, когда меняется экспериментатор.

Ранее мы отметили, что техника *Low-Ball* более эффективна, чем «нога-в-дверях». Это превосходство не является случайным и было подтверждено множество раз. Вонг, Браунштейн и Катцев (Wang, Brownstein et Katzev, 1989) сравнили эффективность *Low-Ball*, «ноги-в-дверях» и «дверью-по-носу» в случае сбора денег на онкологические исследования методом обхода домов (квартир). При условии «ноги-в-дверях» субъекта просили заполнить небольшую анкету о раке и говорили, что заберут ее завтра. Просьба о пожертвовании делалась во время повторного визита. При условии «дверью-по-носу» субъекта просили внести солидную сумму (50 долларов) для получения членства в ассоциации. После получения отказа излагалась просьба о пожертвовании. Наконец, в условиях *Low-Ball* субъекта просили сделать пожертвование на нужды детей и, получив его согласие, просили у него некоторую сумму на реально исследуемую цель. Как обычно, в контрольном условии целевая просьба высказывалась сразу. Результаты показывают, что в данных обстоятельствах техника *Low-Ball* была самой эффективной. Кроме того, указанный эффект не является единичным, так как исследование Браунштейна и Катцева (Brownstein et Katzev, 1984) показало более высокую степень подчинения просьбе и больший размер пожертвований, когда просьба делается в пользу частной организации (независимый городской музей).

Следует отметить, что эффект *Low-Ball* наблюдается не всегда. Так, Маутс и Вудсайд (Motes et Woodside, 1979) показали, что если продавец говорит клиенту, что такая-то вещь стоит 1 доллар (в данном случае — тюбик губной помады), а затем, симулируя ошибку, говорит, что на самом деле цена составляет 2,5 доллара, то это не ведет к более высоким продажам, чем в том случае, когда реальная цена заявлена сразу.

Резюмируя, можно сказать, что *Low-Ball* является техникой, побуждающей человека к принятию просьбы. Принцип исходного принятия ведет субъекта к настойчивому поддержанию принятого решения, даже когда исчезают исходные критерии, приведшие к принятию просьбы. Короче говоря, когда выгоды исчезли, субъект тем не менее продолжает осуществлять действие, в которое был вовлечен ранее. Но если мы и видим, что вовлеченность — это когнитивный механизм с глубинной эффективностью, то располагаем еще малым количеством исследований, чтобы усовершенствовать этот механизм. Очевидно, что внимательное изучение принципов, способствующих вовлеченности, могло бы позволить оценить с теоретической и методической точек зрения эту технику, кажущуюся намного более сильной, чем две другие ранее рассмотренные нами техники.

Техника приманки

Если говорить в двух словах, техника *Low-Ball* строится на постепенном узнавании истинной стоимости просьбы. Это намеренное сокрытие информации. В случае обмана/приманки мы идем дальше, так как соблазняем субъекта преимуществами с целью получить его согласие. Преимущества эти впоследствии уменьшаются или исчезают. По мнению Жюля, Гуйю и Вебера (Joule, Gouilloux et Weber, 1989), техника приманки подсказана в большой степени техникой продажи, используемой профессионалами. Эта техника состоит в том, чтобы подвести человека к принятию решения таким образом, чтобы он поверил, что получает некое преимущество, а затем, когда решение уже принято, он получает информацию, что обстоятельства изменились и что он не может получить выгоду, как полагал

раньше. Таким образом, этого человека подтолкнули к выполнению поведения, которое не принесет выгоды. Например, эта техника с успехом используется в обувных магазинах. Сначала клиента привлекают парой обуви по очень выгодной цене. Затем, спросив его размер, ему говорят, что, увы, его размера нет, что речь идет о последней паре и именно поэтому она выставлена по такой цене. Клиента подводят к похожей паре обуви, но, естественно, уже по другой цене. Видно, что эта техника близка к *Low-Ball* в том смысле, что субъект вынужден принимать решение дважды: до и после того, как узнает реальную стоимость. Однако в случае приманки решения касаются различных действий, тогда как в случае *Low-Ball* решения касаются одного и того же поведения. Некоторым образом техника приманки одновременно близка к технике «нога-в-дверях» с ее двумя решениями, но это потому, что первое поведение воспроизвести невозможно и своевременно предложено второе.

Отработка этой техники на практике была произведена Жюлем, Гуйю и Вебером (Joule, Gouilloux et Weber, 1989), которые хотели получить согласие студентов на участие в получасовом психологическом эксперименте без вознаграждения. В конце занятия перед студентами появлялся экспериментатор. В контрольном условии он говорил, что проводит исследование памяти, для которого ему необходимы волонтеры. Нужно смотреть диапозитивы с цифрами и одновременно слушать аудиокассету, на которую наговорили числа. Испытуемый должен был вспомнить увиденные и услышанные числа. Выполнение задачи занимало полчаса. Заинтересованные студенты должны были назвать свое имя, и им назначали время, в которое они должны были на следующий день или через день прийти в лабораторию. При условии приманки экспериментатор говорил студентам, что он проводит исследование эмоций, для которого ему необходимы волонтеры. Нужно посмотреть фильм продолжительностью 25 минут и ответить на вопросы, касающиеся некоторых сцен. Кроме того, участникам говорили, что им заплатят 30 франков. Заинтересованные студенты должны были оставить свое имя, и им назначали время, в которое они должны были на следующий день или через день прийти в лабораторию. Уже в лаборатории другой экспериментатор говорил им, что есть небольшая проблема: он уже закончил свой эксперимент и не смог предупредить того экспериментатора, который их пригласил. Ему не нужны больше люди для этого эксперимента, но если пришедшие все еще заинтересованы, он может им предложить поучаствовать в другом эксперименте, касающемся памяти на числа (того же самого, что и в контрольном условии), который займет полчаса, но за который вознаграждения не будет. Результаты показывают, что техника приманки позволила привлечь 47,4% волонтеров против 15 в контрольном условии. Кроме того, в условии приманки большинство субъектов приняли второе предложение: «Рискуя не иметь ничего, лучше сделать что-нибудь даром». Второй эксперимент этих авторов подтверждает первые результаты и даже показывает дополнительный эффект техники приманки с техникой «нога-в-дверях» (после того, как субъект узнал, что не сможет участвовать в эксперименте, на который он пришел, ему предлагают небольшую трехминутную задачу, а затем участие в следующем эксперименте). В этих условиях 70% испытуемых согласились на финальную просьбу.

Мы снова видим, что исходное решение является ловушкой для нашего последующего поведения. Авторы этого эксперимента объясняют данный эффект тео-

рией вовлеченности, которая вызывает сопротивление изменениям. Субъекты приняли решение, которое в силу обстоятельств не может быть осуществлено. Затем их поддерживают в выполнении другого поведения, замещающего неосуществимое поведение.

Техника *Low-Ball* и техника обмана/приманки являются техниками влияния, основанными на теории вовлеченности, которая оказывается чрезвычайно эффективной в подведении субъектов к демонстрации ожидаемого от них поведения. Можно сожалеть об отсутствии большого количества работ, посвященных этим техникам. Между тем мы можем видеть, что они более эффективны, чем «нога-в-дверях» или «дверью-по-носу». Вскоре мы увидим, что вне этих техник вовлеченность позволяет значимо влиять на поведение другого человека. Приложения, которые будут представлены ниже, восходят непосредственно к психосоциальным разработкам, которые могут применяться для значительного числа иных, нежели мы видели до сих пор, вариантов поведения: ответ на анкету, пожертвования благотворительной ассоциации и пр.

Использование вовлеченности для изменения поведения

Вовлекающие факторы

Мы уже знаем, что существуют условия, необходимые для возникновения вовлеченности. Так, вовлеченность сопровождается повышением ответственности субъекта и усиливается, если в ситуации вовлеченности присутствует конкретный человек. Кислер и Сакумура (Kiesler et Sakumura, 1966) представили условия, которые должны способствовать вовлеченности. Эти принципы, которых всего пять, были следующими:

- *число вариантов поведения субъекта*: чтобы вовлечь кого-либо, нужно заставить его продемонстрировать несколько вариантов поведения;
- *важность поведения для субъекта*: поведение должно быть важным для субъекта, касаться того, во что он верит, что позволяет ему получить выгоду (финансовую, социальную, личную);
- *эксплицитный характер поведения*: поведение является более вовлекающим, если оно публично, когда его значение одинаково ясно для того, кто его производит, и для того, кто его наблюдает;
- *необратимый характер поведения*: это принцип «что посеешь, то и пожнешь». Здесь исполнение поведения делает затруднительным возвращение назад;
- *степень свободы, ощущаемой субъектом при исполнении поведения*: чтобы субъект воспринимал существующую между ним и его действием связь, нужно, чтобы реализация этого действия сопровождалась ощущением свободы выбора.

Таким образом, как мы видим, некоторые из этих принципов были так или иначе использованы во многих представленных здесь исследованиях. В техниках *Low-Ball* и приманки учитывается последний принцип (Kiesler et Sakumura, 1966). Действительно, субъект абсолютно свободен в выборе того, поддержать или не

поддержать свое исходное решение. В работе о вовлеченности в ситуации кражи (Moriarty, 1975) использован принцип необратимости: человек просит вас посмотреть за вещами и удаляется. Вам не остается ничего другого, как следить за вещами. Вы не можете не вмешаться, когда вор крадет вещи.

Эти основные факторы, способствующие вовлеченности, были выделены уже давно. Современные исследования позволили дополнить список. В частности, можно добавить вызов чувства личной ответственности: чем большую ответственность чувствует субъект, тем больше вероятность, что он выполнит это действие. Имеет свое значение и «стоимость» поведения. Дорогостоящее поведение является более вовлекающим, чем поведение, не требующее больших затрат и легкое в исполнении. Были уточнены некоторые принципы Кислера и Сакумуры. Наконец, все эти принципы можно комбинировать, естественно, значительно усиливая вовлеченность.

Применение вовлеченности для изменения поведения

Вовлеченность является в большей степени теоретическим концептом, чем практическим приемом, и на первый взгляд сложно увидеть, как ее использовать для того, чтобы вызвать у людей целевое поведение. Мы увидим, что в действительности применения исходящих из вовлеченности принципов достаточно для получения соответствующего поведения. Однако на этих принципах может быть основано множество методик, поэтому тому, кто желает использовать вовлеченность, следует выбирать из методик, восходящих к принципам, те, которые соответствуют ситуации, цели и типу целевого поведения.

Рассмотрим ряд исследований, посвященных влиянию на поведение при помощи вовлеченности. Эти исследования касаются различных аспектов повседневной жизни.

Вовлеченность и экологическое поведение: переработка бумаги. В исследовании Вонга и Катцева (Wang et Katzev, 1990) с помощью вовлеченности людей побуждали к сбору и сортировке макулатуры с целью экономии бумаги. Эксперимент был проведен с двумя целевыми группами.

Первую группу составляли жильцы дома престарелых. Эксперимент включал в себя три этапа. На первом этапе людям раздавались брошюры, информировавшие их о способе переработки, сортировки бумаги и местах ее хранения. Этап вовлечения группы начинался через 22 дня после этого: в группе организовывалось обсуждение, людям задавались вопросы и давались указания. В завершение каждому предлагалась анкета коллективного участия в сортировке бумаги в течение четырех недель. Эта вовлеченность была вызвана простым высказыванием, близким к убеждению: *«Мы, жители второго этажа, решили участвовать в программе переработки бумаги, поддерживаемой ... Решено, что любая бумага, пригодная к переработке, будет складываться в специальный контейнер для переработки. Мы готовы участвовать в этом проекте по переработке в течение четырех последующих недель»*. По прошествии этих недель письмом их информировали, что они больше не обязаны продолжать сортировку, но добавлялось, что в течение еще четырех недель будет возможно перерабатывать бумагу как раньше, так как контейнер останется. В конце каждого из периодов измерялся средний вес приготовленной для переработки каждым жителем бумаги. Полученные результаты представлены в табл. 2.20.

Таблица 2.20

Вес приготовленной для переработки бумаги в соответствии с обусловленными этапами, кг на человека

Первый этап	Второй этап	Третий этап
3,31	4,85	7,76

Таким образом, средний вес бумаги, приготовленной для переработки, в расчете на человека удвоился. К тому же наблюдается последовательное повышение веса бумаги. Вовлеченность оказывается более эффективной, чем простая брошюра. Кроме того, эффект вовлеченности увеличивается со временем. Две причины могут объяснять этот эффект. С одной стороны, после второго этапа вовлечения упрочилось поведение, касающееся переработки бумаги. Для этого нужно было изменить привычки, что занимает время. К тому же известно, что вовлекает именно действие, равно как и его повторное воспроизведение. Поэтому требуется время, чтобы эта самововлеченность через повторение состоялась. С другой стороны, третий этап также является вовлекающим. Субъектам сообщали, что они не обязаны продолжать сортировать бумагу, но могут это делать, поскольку еще четыре недели контейнер в их распоряжении. То есть им предлагалось проявить самостоятельность и принять решение, что было прямой активизацией чувства личной ответственности и ощущения свободы.

Однако выборка в этом исследовании была невелика (24 человека) и, откровенно говоря, не было контрольной группы. Кроме того, одни и те же техники были применены к одной и той же группе, что делает проблематичными сравнения, в частности потому, что эффект некоторых техник влияния можно наблюдать только на длительном временном отрезке. Поэтому было проведено еще одно исследование на другой выборке (Wang et Katzev, 1990).

Субъектами эксперимента были студенты из университетского городка. Случайным образом они были разделены на четыре группы. В контрольном условии экспериментатор подходил к субъекту и просто давал ему полиэтиленовый пакет, позволяющий сортировать бумагу для переработки. В условии вовлеченности группы субъекты собирались в аудитории и, получив информацию о сортировке бумаги, подписывали бланк коллективного участия в сортировке. В условии индивидуальной вовлеченности прибегали примерно к такому же способу, но субъект был один и вовлеченность была индивидуальной: «Я обязуюсь принимать участие в этом проекте по переработке бумаги в течение четырех последующих недель». Наконец, было введено условие, названное условием внешнего побуждения. Субъекту в ходе всего этапа переработки бумаги, длившегося четыре недели, давали купоны на скидку. Эти купоны позволяли ему купить по льготной цене книги, диски и пр. После этого этапа студенты в условиях вовлеченности получали письмо, информировавшее их о снятии с них обязанности, но сообщавшее также, что у них есть возможность еще в течение трех недель производить сортировку. В условии побуждения субъектов информировали, что больше нет возможности давать купоны, но что еще в течение трех недель будет возможно продолжать сортировку. Здесь был оценен средний вес рассортированной для переработки бумаги, но также было введено новое измерение. В конце каждого этапа (на первом этапе — на четвертой неделе, на втором этапе — в конце третьей недели) оце-

нивалось количество субъектов, которые одобряли продолжение переработки бумаги. Полученные результаты представлены в табл. 2.21.

Таблица 2.21

Количество человек, одобряющих сортировку и средний вес приготовленной для переработки бумаги на человека

	Первый этап		Второй этап	
	Количество одобряющих сортировку, %	Вес бумаги, кг	Количество одобряющих сортировку, %	Вес бумаги, кг
Контрольное условие	9,0	0,38	9,0	0,24
Индивидуальная вовлеченность	67,0	2,09	40,0	1,17
Коллективная вовлеченность	48,0	1,60	23,0	0,45
Условие побуждения	54,0	1,03	22,0	0,50

Очевидно, что длительное время свою эффективность сохраняет только индивидуальная вовлеченность, в то время как коллективная вовлеченность и условие побуждения эффективны, только пока длится эксперимент. Этот последний эффект соответствует теории вовлеченности, так как известно, что внешнее побуждение не позволяет субъекту установить связь между ним самим и его действием. Действие опосредовано внешним источником. Удивительно отсутствие эффекта коллективной вовлеченности. По мнению Вонга и Катцева (Wang et Katzev, 1990), это происходит из-за отсутствия сплоченности в группе студентов в сравнении с пожилыми людьми. Кроме этого, публичный характер вовлеченности тем сильнее, чем более значимы для субъекта люди, задействованные в вовлекающей ситуации. Поэтому, так как здесь меньше сплоченности, участие, возможно, воспринималось как обязанность.

Несмотря на неопровержимые положительные результаты вовлеченности в данном случае, видно, что не все так просто, как кажется, и что одна и та же методика может иметь разную эффективность в зависимости от популяции. Это обусловливает необходимость тщательной оценки контекста, целей и искомого поведения. Наконец, это делает очевидной необходимость экспериментировать, чтобы иметь возможность сравнить эффективность различных методик.

Вовлеченность и здоровье: уважение к предписаниям. Известно, что большой проблемой является несогласие пациента с назначениями врача. Медики часто подчеркивают, что согласие пациентов со способом лечения является важным фактором. Как же его получить? Кулик и Карлино (Kulik et Carlino, 1987) исследовали воздействие вовлеченности на соблюдение врачебных предписаний. Их исследование было не единственным, но наиболее интересным в этой области. Экспериментальной ситуацией послужило назначение лекарства детям, больным отитом (33% посещений педиатров). В этом случае ответственность за выполнение предписания лежит на родителях. Некоторые исследования показали, что степень невыполнения назначений врача может достигать 82%. Кроме того, в случае с отитом несоблюдение предписаний может привести к серьезным осложнениям.

5 Зак. 1014

В эксперименте (Kulik et Carlino, 1987) участвовали родители 89 детей в возрасте от двух до восьми лет. После осмотра и постановки диагноза «отит» педиатр информировал родителей о болезни и о ее лечении (главным образом антибиотиками). Два препарата, определенные врачом как имеющие одинаковую эффективность и одинаковую стоимость, прописывались на одинаковый срок применения с целью остановить инфекцию (10 дней). Половину родителей врач просил пообещать, что они будут давать все положенные дозы препарата. Это обещание было вербальным. Другую половину родителей он просил выбрать один из двух предписанных ранее препаратов. В ходе повторного медицинского осмотра спустя 9–11 дней экспериментатор спрашивал у родителей, не согласятся ли они участвовать в анкетировании, посвященном лечению антибиотиками. Эта анкета позволяла через косвенные, безобидные вопросы оценить соблюдение родителями данных врачом рекомендаций. Одновременно брался анализ мочи и проводился медицинский осмотр ребенка. Полученные результаты обобщены в табл. 2.22.

Таблица 2.22

Признанный уровень соблюдения предписаний (%) и средний показатель состояния здоровья пациента, оцененный врачом (100 = полное излечение, оцененное врачом)

	Вербальная вовлеченность «+»		Вербальная вовлеченность «–»	
	Нет выбора препарата	**Есть выбор препарата**	**Нет выбора препарата**	**Есть выбор препарата**
Развитие подчинения	90,91	91,18	96,67	96,84
Развитие болезни	86,36	82,35	95,83	94,74

В целом все значения высокие. При отсутствии условия вовлеченности родители в большинстве своем подчинялись предписаниям врача и состояние здоровья детей было удовлетворительным. Однако можно наблюдать, что вербальная вовлеченность привела к улучшению состояния здоровья детей и к более высокому уровню соблюдения признанных родителями предписаний. Кроме того, дополнительный статистический анализ показывает высокую корреляцию между соблюдением предписаний и результатами анализа мочи ($r = 0{,}98$) и клиническим осмотром ребенка ($r = 0{,}51$): чем более точно родители соблюдали предписание, тем больше улучшалось состояние здоровья их ребенка. Вербальная вовлеченность позволила получить положительные результаты. Как видно, что выбор лекарства не имел эффекта. Между тем на первый взгляд такая просьба потенциально активизирует чувство свободы и таким образом стимулирует вовлеченность. Возможно, это объясняется скорее психологическим, чем функциональным аспектом выбора, предоставленного родителям. Действительно, родителям говорили, что два лекарства абсолютно идентичны в плане цены и действия, что позволяет осуществить только случайный выбор. Варианты воспринимались родителями как равноценные, и соответственно эффективность оказывалась независимой от их контроля.

Вовлеченность и включение в профессиональную жизнь. Длительная безработица — очень тяжелая ситуация, так как она влечет за собой материальные лишения, а также вызывает чувство социальной бесполезности. При этом человек, долгое время остающийся без работы, начинает меньше интересовать работодателей, поскольку они считают, что он теряет профессиональную квалификацию, что у него низкая трудовая дисциплина или же психологические проблемы, мешающие найти работу (низкая самооценка, недостаточные социальные навыки). Помимо этого, ответственность за наличие длительной негативной ситуации люди склонны приписывать не внешним факторам, а индивидуальным. Вот почему для безработных тяжело заново включиться в профессиональную жизнь. В такой перспективе разумно изменить направление мыслей работодателя. Более сильное вовлечение самих безработных может также оказаться полезным в данных обстоятельствах. Повышение их внутренней мотивации может оказаться полезным, чтобы поднять их боевой дух к включению в профессиональную жизнь, к поиску работы, к убеждению.

Жюль (Joule, 1994) и Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 1998) попытались использовать теорию вовлеченности применительно к включению в профессиональную жизнь. Их целью было побудить длительно безработных людей включиться в учебный процесс. Рассказывая об учебной стажировке, методист детально уточнял задачи и содержание стажировки, и формы контроля. В одном случае (контрольная группа) методист говорил, что присутствие будет контролироваться (еженедельный контроль) и что каждый пропуск без причины может повлечь за собой денежные взыскания (уменьшение заработной платы). В другом случае (экспериментальная группа) методист говорил, что обычно он проверяет присутствие и что необоснованное отсутствие может повлечь за собой денежные взыскания, но он думает, что не нужно никого принуждать, так как отсутствие пропусков покажет, что у человека есть высокая мотивация. Затем он уточнял, что не будет делать перекличку и что отметит всех как присутствующих. После этого обучения, содержательно одинакового в обеих группах, стажеры оценивали его с помощью анкеты. Затем стажеры должны были попытаться найти работу. В обоих условиях регистрировался уровень устройства на работу по окончании обучения и три месяца спустя. Эти результаты, равно как и оценки, представлены ниже, в табл. 2.23.

Таблица 2.23

Среднее значение оценок обучения (высокая отметка = более положительная оценка) и уровень устройства стажеров на работу, %

	Условия вовлеченности	Контрольные условия
Оценка:		
• Интерес к обучению	10,87	9,25
• Удовлетворение от обучения	11,95	9,75
Поведение:		
• Устройство на работу по окончании стажировки	56,00	26,00
• Устройство на работу через три месяца	69,00	35,00

Вовлеченность была вызвана в данном случае очень просто: было активизировано чувство свободы и личной ответственности субъектов путем оставления за ними свободы присутствия или отсутствия во время всего курса обучения или его части. Нужно отметить, что Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 1998) показали, что в обеих группах уровень неявки был одинаковым (15%). К тому же, что интересно, в условиях вовлеченности стажеры предупреждали методиста о своем отсутствии, тогда как в контрольных условиях он оказывался перед свершившимся фактом.

Результаты этого исследования чрезвычайно интересны. Очевидно, что в условии вовлеченности стажеры лучше включаются в профессиональную жизнь. Это наблюдается даже по прошествии трех месяцев, что показывает силу и устойчивость вовлеченности. К тому же один лишь факт наличия или отсутствия переклички оказывает сильное воздействие на интерес к обучению. Благодаря чувству свободы в условии вовлеченности люди более охотно учились и активнее искали работу.

Вовлеченность и общественная безопасность: охрана труда. Одной из важных задач, стоящих перед многими предприятиями, является предотвращение несчастных случаев на производстве, влекущих за собой большие экономические и человеческие потери. Множество организаций регулярно проводят превентивные мероприятия.

В своем исследовании Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 1998) рассказывают о применении психосоциальных «уловок» на предприятии, специализирующемся на фрезеровке и монтаже/сборке металлических деталей. В такой обстановке рабочие сильно страдают от шума. Поэтому они должны использовать защитные средства, однако не все это делают. Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 1998) использовали технику, направленную на изменение этого поведения. Сначала интервьюер попросил каждого рабочего прямо на рабочем месте ответить на небольшую анкету, касающуюся охраны здоровья на заводе. Это позволило отделить интервьюера от руководства, так как в данном контексте такая ассоциация неизбежно привела бы к сопротивлению, что совершенно противоречит духу свободы, которую предполагает вовлеченность. Получив ответ, интервьюер спрашивал рабочего, согласен ли тот прийти на собрание, которое состоится несколькими днями позже, чтобы поговорить непосредственно об охране труда на заводе. На этом собрании рабочих побуждали к публичному высказыванию их мнения и особенно к публичной демонстрации готовности к совершению одного или нескольких конкретных действий, направленных на предохранение себя от шума. Рабочих побуждали сказать, что они попробуют несколько предоставленных видов защиты и выберут ту, которая подходит им лучше всего. Затем за поведением рабочих вели скрытое наблюдение в течение десяти дней. Было отмечено, что количество рабочих, применивших защиту минимум однажды за десять дней, возросло с 47 до 88%. Среднее число дней из десяти, когда рабочих видели с защитой, возросло с 3,9 до 6,5.

Уже здесь вовлеченность показывает свою эффективность в изменении поведения. На каждом этапе было получено целевое поведение или поведенческая интенция. Были использованы три принципа возникновения вовлеченности: совершение действия, эксплицитный характер поведения, чувство свободы. Поэтому не удивительно, что были получены такие результаты.

Вовлеченность и маркетинг. Мы рассмотрели использование вовлеченности в целях формирования социально значимого поведения. Между тем это поведение все же служило экономическим интересам как общества (экология, работа), так и предприятия (уменьшение числа несчастных случаев). Спросим себя, возможно ли перенести теорию вовлеченности и принципы вовлечения в коммерческую сферу? На первый взгляд ничто этому не препятствует с методологической точки зрения, даже если придется, быть может, прибегнуть к более оригинальным методам. Необходимо также оценить рентабельность этих методов. Если применение технологии влияния стоит дороже, чем выгоды, которые она приносит, предприятие не будет заинтересовано в ее применении.

Эффективность вовлеченности в коммерческом секторе оценить затруднительно не в последнюю очередь потому, что компании, использующие результаты исследований, стремятся сохранить техники в тайне. К тому же маркетологи или просто предприниматели — люди, которые несильны в экспериментальной методологии. Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 1989) в статье, посвященной теории вовлеченности в области маркетинга, кратко осветили вопрос о влиянии на покупательское поведение. Однако эта работа была теоретической и не имела эмпирической поддержки.

Труд Чалдини (Cialdini, 1990) воскрешает в памяти случаи использования теории вовлеченности в коммерческой сфере. Один из них, используемый некоторыми производителями игрушек, отличается вызывающей беспокойство эффективностью. Предприятия, производящие игрушки, часто сталкиваются с финансовыми проблемами в начале года (в январе и феврале), что связано с понижением продаж. Понятно, что после рождественского покупательского бума люди реже покупают игрушки. Один из способов обойти это состоит в представлении особенного продукта при помощи большого количества рекламы в недели, предшествующие рождественским праздникам. Это делается с целью создать большой спрос со стороны детей. Родители всегда старались доставить удовольствие своим детям, выбирая игрушки, которые им нравятся: письмо Санта-Клаусу является к тому же хорошим советчиком в выборе подарка для маленьких детей. Естественно, родители хотят купить ребенку игрушку, которую тот страстно желает. Однако производители следят за тем, чтобы эта игрушка была в очень ограниченном количестве. Одновременно они, не колеблясь, предлагают игрушки с характеристиками, близкими к характеристикам целевого продукта. После безрезультатных поисков этой (такой редкой!) игрушки родители ввиду приближающегося 25 декабря не находят иного решения, как купить своему ребенку другую вещь. Затем, после праздников, снова проводится короткая рекламная кампания и продукт появляется на прилавках в изобилии. Мгновенным рефлексом ребенка является просьба о покупке игрушки, завоевавшей его сердце несколькими неделями раньше. Фактически отец или мать снова сталкиваются с давлением исходной вовлеченности (возможно даже, что некоторые дети эксплицитно напоминают о ней: «Ты мне обещал»), и уже нет другого выбора, как купить эту игрушку.

Конечно, здесь мы не располагаем эмпирическим исследованием, которое бы протестировало эффект вовлеченности, но нет причин сомневаться в эффективности такой методики. В данном случае субъект вовлекается в совершение действия, не являющегося проблемным (покупка игрушки), и в ситуации вовлечения присутствует очень значимый для него человек (его ребенок).

Вовлеченность используется не только для продажи игрушек. Часы бесплатной работы в Интернете, испытательные сроки, бесплатные попытки, бесплатные итоги/балансы, которые вам предлагают, возможность в любой момент распорядиться кредитом на карте, возможность расторгнуть контракт, участие в игре без обязательства покупки являются такими же техниками коммерческого влияния, призванными увлечь вас и вызвать определенное поведение: сделать покупку, взять кредитную карту и т. д. К тому же очевидно, что все придуманное маркетологами строится на принципах, способствующих вовлеченности.

Вовлеченность: мощный фактор влияния на поведение. Рассмотренные нами практические приложения теории вовлеченности имели целью вызвать конкретные виды поведения. Вариантов поведения множество, но существует ли поведение, к которому это не применимо? Мы не можем применять эту методологию в ее неизменном виде ко всем ситуациям. Жюль (Joule, 1994) показал: чтобы побудить медицинский персонал экономить электроэнергию в больнице, необходима длительная подготовительная работа (небольшая предварительная анкета, индивидуальные беседы, несколько собраний в группах, публичная вовлеченность и т. д.). Хотя в конце концов результат был получен (25%-ное снижение потребления электроэнергии), потребовалось много «энергии», чтобы его достичь. Чем более затратным является целевое поведение, тем сложнее его добиться и тем более обоснованной, действенной, точной и воспроизводимой должна быть применяемая техника влияния. Так, вряд ли заядлый курильщик бросит курить в случае простого вербального предупреждения, сделанного его врачом. К тому же, как подчеркивают Жюль и Бовуа (Joule et Beauvois, 1998), любое применение механизмов изменения поведения или вызова нового поведения требует предварительного анализа. Нужно в равной степени учитывать и само поведение (его стоимость, осуществимость, воспроизводимость и т. д.), и контекст поведения (социальный, семейный, профессиональный и т. д.). Не существует универсального рецепта, и только анализ фактов, задач и принципов, которые служат теоретической основой вовлеченности, может позволить выработать специфическую технику.

Глава 3

Индуктивно-семантическое и невербальное подчинение: слова и формы поведения, влияющие на нас

В работах, описанных выше, в большинстве случаев субъект действовал вынужденно или же находился в особой ситуации, позволявшей влиять на его поведение. Нужно было подчиняться лицу, облеченному властью. В случае же добровольного согласия подчиниться применялись соответствующие техники контроля. Возможно ли воздействовать на человека более мягкими методами с тем же результатом? Например, путем незначительной просьбы или невербального сигнала? В этой главе я попытаюсь показать, что эффекта подчинения можно достичь самыми малыми средствами: одно-два слова, сказанных в нужный момент, соблюдение правила, своевременный жест. Зачастую одного взгляда достаточно, чтобы вызвать поведенческую реакцию.

Индуктивно-семантическое подчинение: сила слов, фраз и обещаний

В двух предыдущих главах мы видели, что изучению поведения субъекта каждый раз предшествовала обращенная к нему просьба или приказание. Очевидно, что воздействие заключено не в самом факте просьбы, а в способе ее подачи. Так, в технике «нога-в-дверях» сначала используется небольшая просьба, предшествующая целевой просьбе, и эта последовательность способствует росту степени подчинения в целом. Тем не менее необходимо признать, что вербальная сторона требования может быть предметом исследования. Чтобы быть убедительными, современные СМИ много работают над семантическим содержанием. Реклама часто бывает основана на прямом обращении к потребителю. Мы хотели бы сосредоточиться на актуальном поведении субъекта, на его подчинении, незамедлительном или отложенном, предъявленному ему требованию. С этой точки зрения мы не встречали работ, в которых эмпирически исследовалось бы влияние семантического содержания требования на поведение индивида.

Маленькие ручьи образуют большие реки: техника «нам хватит даже одного су»

Если судить по заглавию, то можно подумать, что наша техника — это новое название техники «нога-в-дверях». На самом же деле техника, которую мы вам представим, не базируется на каком-либо требовании, поэтому ее можно охарактеризовать как технику семантического заклинания. Первой экспериментальной оценкой этой техники мы обязаны Чалдини и Шредеру (Cialdini et Schroeder, 1976). Эти исследователи обходили дом за домом, представляясь членами Обще-

ства по борьбе с раком, собирающими деньги на онкологические исследования. После такого представления экспериментатор вручал конверт с адресом фонда и добавлял, что он (субъект) поможет им, дав самую малость. По условию эксперимента обязательно добавлялась следующая фраза: «Даже пенни нам поможет». При контрольном условии эта последняя фраза не упоминалась. Далее экспериментатор благодарил субъекта и уходил. Полученные результаты представлены в табл. 3.1.

Таблица 3.1

Количество людей, сделавших пожертвование и средний размер полученных пожертвований

	«Даже пенни...»	Контрольное условие
Сделавшие пожертвование, %	50,00	28,60
Средний размер пожертвования, доллары	1,54	1,44
Суммарное число, доллары	30,34	18,55

Как видно из таблицы, добавление фразы: «Даже пенни нам поможет» привело к увеличению процента людей, сделавших пожертвование. Тем не менее средний размер дара не вырос. И все же в итоге оказалось, что техника способствовала существенному увеличению собранной суммы. Эти данные неоднократно подтверждались (Reingen, 1977, 1978a). Рейнген показал, что эффективность этого метода (47% согласившихся) была выше эффективности метода «нога-в-дверях» (34%) или «дверью-по-носу» (34%), когда речь шла о получении пожертвований на профилактику сердечно-сосудистых заболеваний (Reingen, 1978b). В условии контрольного эксперимента пожертвование на эту благородную цель согласились сделать 19%. Этот ученый, работавший с техникой «нога-в-дверях», неоднократно наблюдал, что средний размер пожертвования увеличивается при произнесении в конце фразы: «Даже одно су поможет нам». Рив, Маколини и Мартин (Reeves, Macolini et Martin, 1987) собрали больше пожертвований в пользу ассоциации по реабилитации несовершеннолетних правонарушителей, употребив фразу: «Даже один доллар поможет нам». Ривз и Сосер (Reeves et Saucer, 1993) указывают, что упоминание фразы: «Даже пенни нам поможет» приводит к увеличению не только числа жертвующих, но также и среднего размера пожертвований. И наконец, в рамках сбора Фонда в защиту животных Перрен и Хизер (Perrine et Heather, 2000) показали, что фразы: «Даже су поможет нам» на афише фонда было достаточно, чтобы увеличить собранные пожертвования, которые опускались в урны, размещенные в общественных местах.

В целом эти работы, видимо, свидетельствуют о том, что фразы типа: «Даже одного су достаточно», «Нам поможет и одно пенни» и т. п. способствуют увеличению числа подающих, а в определенных обстоятельствах — и увеличению среднего размера пожертвования. Субъекту трудно оправдать свой отказ в этой ситуации лицом к лицу, так как традиционные фразы вежливого отказа не подходят. Хотя число исследований этой техники не настолько велико, чтобы можно было проверить справедливость такого объяснения, очевидно, что она достаточно эффективна. Здесь исследователи должны попытаться оценить, увеличивает ли эта простая фраза восприимчивость к потребности или делает просьбу более легитимной.

Упоминание о свободе и манипуляция: техника «но вы можете...»

> Нет ничего проще, чем создать концепцию свободы. Достаточно снабдить просьбу, обращенную к субъекту, фразой, подтверждающей, что он свободен делать или не делать то, чего от него ожидают.
>
> *Joule et Beauvois*, 1998, p. 71

Возможно ли, что свобода действий в передовых демократических странах является орудием в руках манипуляторов? Согласно Кислеру и Сакумуре (Kiesler et Sakumura, 1966), ощущение свободы, испытываемое индивидом, является благоприятным условием для его вовлечения и предрасполагает к тому, что он проявит ожидаемое от него поведение. Как это хорошо описано в приведенной выше цитате из Жюля и Бовуа, простая вербальная ссылка на свободу может оказаться достаточной для воздействия на поступки. Действительно, в тех способах влияния, которые мы до сих пор исследовали, часто имплицитно указывалось на свободный выбор субъекта: «Не хочу вас обязывать», «Смотрите сами», «Как хотите». Более того, в повседневных социальных взаимодействиях используют фразы, нацеленные на то, чтобы передать субъекту ответственность за принимаемое решение: «Я не хочу вас принуждать, но...», «Поступайте, как хотите», «Это вам решать». Парадоксально, что эти фразы чрезвычайно часто используются как в обыденной жизни, так и в описываемых нами исследованиях, а экспериментов по этой проблеме не существует. Совсем недавно мы провели несколько экспериментов, где тестировалось упоминание о свободе выбора с одним критерием, различным для двух условий эксперимента.

«Вы можете...»: первый эксперимент

В первом исследовании на тему упоминания свободы (Guéguen et Pascual, 2000) интервьюер просил у остановленных на улице наугад людей дать ему немного мелочи на автобус. В контрольном условии интервьюер обращался к субъекту с вежливой просьбой: «Простите, мадам/месье, дайте, пожалуйста, несколько монет на автобус». В экспериментальном условии интервьюер тем же тоном произносил: «Простите, мадам/месье, дайте, пожалуйста, несколько монет на автобус. Но вы можете согласиться или отказать». В это время интервьюер оценивал, реагирует или нет субъект на его просьбу. В случае положительного ответа он ждал, пока субъект передаст ему деньги. Полученные результаты представлены в табл. 3.2.

Таблица 3.2

Процент ответивших на просьбу и средний размер суммы в зависимости от условия

	Упоминание о свободе выбора	Отсутствие упоминания о свободе выбора
Количество ответивших на просьбу, %	47,50	10,00
Средний размер подаяния, евро	1,07	0,49

Как видно из таблицы, количество людей, отреагировавших положительно при условии упоминания, намного выше, выше и средняя сумма денег. Этот результат был подтвержден в другом эксперименте (Pascual et Guéguen, 2002) с субъектами, которые уже согласились выполнить просьбу, но затем должны были еще определиться с размером денежного вклада. Один из авторов, иногда добровольно выполняющий обязанности пожарного, провел этот эксперимент во время традиционной предрождественской продажи пожарными календарей на следующий год. Тем людям, которые спрашивали, сколько они должны дать (примерно 17% из числа опрошенных), экспериментатор говорил: «По-разному, но в общем дают около 30 франков» (контрольное условие).

В экспериментальном условии он говорил субъекту тем же тоном: «По-разному. Вообще дают 30 франков, но вы можете дать столько, сколько захотите». Оказалось, что сбор в среднем составил 41,2 франка (6,25 евро) при контрольном условии, 53,3 франка (8,12 евро) — при условии «вы можете...» Кроме того, при последнем условии каждый человек в среднем дал на 23% больше. Упоминание о предоставленном выборе побуждало субъекта оказать более серьезное денежное вспомоществование.

Этот эффект мы подтвердили недавно в эксперименте (Pascual et Guéguen, 2002), в котором мы оговаривали фиксированную сумму.

В этом новом эксперименте субъектам говорили: «Простите, мадам/месье, не будет ли у вас одного-двух франков на автобус, пожалуйста. Но вы вольны дать или отказать». И вновь мы наблюдаем, как с упоминанием о свободе выбора вырастает число отреагировавших на просьбу. Что касается размера денежной суммы, то в контрольной группе она составила 1,50 франка (0,23 евро), тогда как в экспериментальной группе — 2,10 франка (0,32 евро).

В первой обзорной статье по работам на тему новой техники (Pascual et Guéguen, 2002) мы привели несколько примеров из этих исследований, которые вкратце собраны в табл. 3.3.

Таблица 3.3

Обобщение работ по технике «но вы можете...» при условии просьбы о денежной помощи, %

Просьба	«Вы можете...»	Контрольное условие
Дать незнакомцу несколько монет на автобус	43,8	10,0
Дать один-два евро незнакомцу на автобус	41,3	25,0
Дать один евро в помощь незнакомцу	45,0	24,0
Дать мелочь в помощь незнакомцу	39,1	10,0
Дать мелочь в помощь незнакомцу	40,6	23,1
Итого	*41,5*	*24,2*

Несмотря на некоторые расхождения в экспериментальных результатах, они достаточно стабильны. Получилось, что нескольких слов о свободе выбора достаточно для того, чтобы каждый четвертый из тех, кто не дал бы денег в обычной ситуации, откликнулся на вашу просьбу.

Эффективность даже без прямого обращения

Все исследования техники «вы можете...», которые мы представляли, были реализованы при условии непосредственного обращения («лицом к лицу»). Таким образом, весьма вероятно, что упоминание о свободе выбора — не единственный фактор влияния.

Чтобы проверить чистый эффект этого «заклинания» свободой, мы протестировали воздействие этой техники по электронной почте. Цель заключалась в том, чтобы выяснить, возможно ли увеличить число пожертвований в пользу гуманитарной акции через сайт (детям — жертвам противопехотных мин). Сайт назывался «Дети — жертвы противопехотных мин», и на его главную страницу были помещены фотографии детей, пострадавших от мин, и соответствующий текст. Девятистам лицам, чьи адреса были найдены в Интернете, было по электронной почте разослано письмо. Оно содержало следующий текст: «Уделите 5 минут своего времени детям — жертвам противопехотных мин, кликнув на...» Под текстом появлялась страница *HTML* с активной кнопкой размером 1 × 7 см. В зависимости от экспериментального условия на этой кнопке было написано: «Обновить» — для одной группы, «Кликните здесь» — для другой и «Если хотите, кликните здесь» — для третьей. Гипертекстовая ссылка активизировала сайт, созданный специально для этого эксперимента. Он содержал всего одну страницу, где размещалась просьба подписать петицию о запрещении противопехотных мин. Чтобы ее подписать, надо было впечатать свои фамилию, имя и электронный адрес в специальную форму. И еще раз подтвердить свое желание, нажав под формой кнопку активизации.

Поведение субъектов исследовали с помощью двух переменных: 1) число субъектов, кликнувших на кнопку, позволяющую попасть на сайт, после получения e-mail; 2) число субъектов, заполнивших и отправивших форму петиции на сайт. Полученные результаты представлены в табл. 3.4.

Таблица 3.4

Процентное соотношение посетивших сайт и подписавших петицию при трех экспериментальных условиях, %

Измеряемая переменная	Надпись на кнопке		
	«Обновить»	«Кликните здесь»	«Если хотите, кликните здесь»
Посетившие сайт	52,7	65,3	82,0
Подписавшие петицию	4,0	5,7	7,3

Статистический анализ подтвердил влияние типа сообщения на поведение пользователей Интернета. Если появлялась кнопка с надписью «Если хотите, кликните здесь», адресаты чаще нажимали на нее, чем в двух других группах. Следовательно, подтверждается эффективность влияния упоминания о свободе выбора на поведение. Тем не менее среди подписавших петицию не наблюдается заметной разницы между тремя группами, разве что намечается тенденция большего эффекта в группе «Если хотите, кликните здесь» по сравнению с группой «Обновить». По-видимому, это означает, что послание не оказало существенно-

го влияния на дальнейшее поведение субъекта. Впрочем, этот результат говорит и о нашей слабой настойчивости. Возможно, если разместить упоминание о свободе выбора еще и на странице с формой петиции, будет достигнут положительный эффект.

Все эти первые работы по технике «но вы можете...» подтвердили значимость этой фразы. Мы попытались пойти дальше и понять механизм возникновения такого эффекта. Так как он был получен за счет простой фразы, можно подумать, что он будет непродолжительным. По прошествии времени это ощущение свободы, активизированное упоминанием о ней, угаснет. В некотором смысле отсутствие эффекта среди подписавших петицию в предыдущем исследовании это подтверждает, но экспериментально данный фактор не был изучен.

Геген, Паскуаль и Даж (2001) в своем эксперименте исследовали эффект этого упоминания во временной перспективе.

В основу эксперимента был положено анкетирование, заказанное ассоциацией торговцев одного маленького городка. Интервьюеры опрашивали людей в барах и магазинах. В экспериментальном условии соучастник подходил к субъекту и вежливо говорил ему: «Простите, мадам/месье, я участвую в проекте по изучению восприятия коммерсантов и ремесленников жителями квартала N. Я вас кое о чем попрошу, но, разумеется, вы можете согласиться или отказаться. Согласны ли вы ответить на 20 вопросов нашей анкеты?» В условии отсроченной просьбы, если субъект соглашался, соучастник вручал ему анкету, прося передать ее какому-нибудь продавцу. (Все были оповещены о проведении исследования.) В условии немедленной просьбы соучастник давал субъекту тетрадь и чистую анкету и говорил ему, что когда он ее заполнит, то может отдать управляющему или патрону, которые возьмут на себя труд передать его по назначению. Специальные знаки на анкетах позволяли установить условие, в рамках которого действовал каждый субъект. Здесь измерялось вербальное согласие, а также доля людей, заполнивших анкету. Полученные результаты представлены в табл. 3.5.

Таблица 3.5

Степень вербального согласия и заполнения анкеты, %[1]

	Эксперимент	Контроль
Просьба о немедленном заполнении:		
• Вербальное согласие	90,5	74,3
• Поведенческое согласие	75,4	61,8
Просьба об отложенном заполнении:		
• Вербальное согласие	86,9	77,3
• Поведенческое согласие	18,8	13,6

Помимо прочего, из данной таблицы видно, что упоминание о свободе выбора со временем все меньше побуждает к подчинению.

[1] Процент вербального согласия брался от числа всех опрошенных, а процент поведенческого — от числа людей, взявших анкету.

Полученные в этом последнем эксперименте результаты согласуются с принципами добровольного обязательства, сформулированными Кислером и Сакумурой (Kiesler et Sakumura, 1966). Схожие результаты получили Дуб и Забрак (Doob et Zabrack, 1971). Эти авторы обращались к испытуемым посредством заказной почты и просили их вернуть анкету почтой в течение трех дней. В зависимости от условия просьба была рассчитана либо на активацию ощущения свободы («Мы будем вам признательны, если вы пришлете нам анкету...»), либо ощущения лишения свободы («Пришлите нам анкету...»). При обоих условиях результаты были идентичными. Итак, все говорит о том, что с течением времени эффект активации чувства свободы выбора угасает. Исходя из этого очевиден предел техники «но вы можете...» — активация ощущения свободы дает эффект только в том случае, когда испытуемый должен продемонстрировать целевое поведение сразу же после нее. Интересно было бы посмотреть, как долго может сохраняться этот эффект при постоянном упоминании о свободе выбора.

Итак, техника «но вы можете...» возникла как новый способ влияния на поведение, который призван подтвердить справедливость принципов добровольного обязательства, сформулированных Кислером и Сакумурой. Поскольку техника работает благодаря простому сообщению, весьма вероятно, что последнее может быть как письменным, так и устным.

«Как ваши дела?»: техника «нога-во-рту»

В предыдущей главе мы имели возможность увидеть, как сам факт ответа на безобидный вопрос может повлиять на дальнейшее поведение. По этому поводу вспоминается эксперимент Гринвальда и коллег (Greenwald, Carnot, Beach et Young, 1988). Было показано, что если испытуемого накануне выборов кого-то спрашивают о том, намерен ли он голосовать, то это влияет на его поведение. Такой эффект подтверждает теорию добровольного обязательства Кислера. Надо полагать, что многочисленные «ритуальные» фразы из нашей повседневной жизни могут обладать тем же свойством добровольного обязательства и индуцировать когнитивное состояние, предрасполагающее к последующему воспроизведению поведения.

Таким образом, если принять во внимание тот факт, что на ритуальный вопрос: «Как вы себя чувствуете?» есть привычный ответ, обязывающий произнести: «Хорошо», «Все в порядке», то это может означать в дальнейшем принудительно положительный ответ на тот же самый вопрос. Это принуждение будет сильнее, если человек, задавший ритуальный вопрос и получивший ритуальный ответ, скажет: «Рад это слышать». Итак, можно надеяться на то, что просьба о помощи нуждающимся в ней с помощью вербальной манипуляции будет принята более благосклонно. Этот механизм, разработанный Ховардом (Howard, 1990), был назван «нога-во-рту».

В эксперименте Ховарда принимали участие люди, выбранные из телефонного справочника в случайном порядке. Эксперимент проводили по телефону. Экспериментатор представлялся субъекту как член Ассоциации по борьбе с голодом. Затем он спрашивал субъекта, не заинтересует ли его покупка булочек, которые будут продавать в его квартале в пользу ассоциации. Экспериментатор добавлял, что если если его это заинтересует, то товар доставят ему домой. По условию тех-

ники «нога-во-рту» этой формулировке просьбы предшествовал вопрос о самочувствии субъекта. А именно, после того как субъект снимал трубку, экспериментатор говорил ему: «Здравствуйте, мадам/месье. Как вы себя чувствуете?» Если субъект отвечал положительно, экспериментатор добавлял: «Приятно слышать». Если субъект отвечал отрицательно, экспериментатор говорил, что ему «горько это слышать». В контрольной группе экспериментатор просто представлялся и рассказывал об акции, проводимой его ассоциацией.

Результаты показали, что в контрольном условии на выполнение просьбы согласились 10% субъектов, тогда как в условии «нога-во-рту» — 25%. По-видимому, проявление интереса к самочувствию субъекта перед формулированием просьбы с благородной целью способствует подчинению этой просьбе. Вероятно, ответив на вопрос положительно, субъект впоследствии «держит марку», а следовательно, и благосклоннее принимает просьбу. Разумеется, это был первый эксперимент и при объяснении результатов могли возникнуть некоторые сомнения или дополнительные интерпретации. Поэтому с целью проверки этого эффекта Ховард (1990) провел второй эксперимент с несколько измененными условиями. Условие «нога-во-рту» он оставил прежним, но ввел еще два других. В одном из них экспериментатор просто спрашивал субъекта о его самочувствии и затем формулировал свою просьбу о покупке булочек, не дожидаясь ответа. В другом экспериментатор говорил: «Надеюсь, у вас все хорошо», а затем формулировал просьбу, как и в предыдущем случае. Полученные результаты представлены в табл. 3.6.

Таблица 3.6

Количество принявших просьбу о покупке булочек, %

Первое условие	Второе условие	«Нога-во-рту»
15,0	15,0	32,5

Результаты показывают, что эффект техники «нога-во-рту» объясняется не простым контактом или проявлением обычной вежливости при встрече, а именно ответом субъекта. По-видимому, то, был ли этот ответ положительным либо отрицательным, влияло на дальнейшее поведение субъекта. В третьем эксперименте Ховарда число ответивших согласием разделили в соответствии с их ответной реакцией на вопрос о самочувствии. В зависимости от реакции их разделили на три категории: очень благоприятные («Прекрасно», «Супер» и т. п.), умеренно благоприятные («Неплохо», «Потихоньку»...) или малоблагоприятные («Неважно», «Плохо» и т. п.). Следует отметить, что в этом эксперименте измеряли одновременно и процент согласия, и число булочек, которые субъект пожелал купить. Полученные результаты представлены в табл. 3.7.

Эффект техники «нога-во-рту» присутствует, но не видно, чтобы согласие на просьбу повлияло на заказ, сделанный субъектом. Тип ответа также влиял на согласие, поскольку, по-видимому, субъект стремился вести себя соответственно данному им ответу. Отсутствие влияния на заказ является относительным, поскольку исследования Долински и коллег (Dolinski, Nawrat et Rudak, 2001) показали, что когда техника «нога-во-рту» применялась с целью получить пожертвования в пользу Ассоциации помощи детям, соответствующие дары субъектов были значительнее.

Таблица 3.7

Количество согласившихся на просьбу (%) и среднее число купленных булочек в условии «нога-во-рту»

	Принятие просьбы	Число купленных булочек
«Нога-во-рту» в среднем	31,7	2,90
«Нога-во-рту» в зависимости от ответа:		
• Очень благоприятный	46,2	2,90
• Умеренно благоприятный	30,5	2,80
• Малоблагоприятный	8,3	3,00
Контрольное условие	17,5	3,00

Техника «нога-во-рту» кажется нам весьма эффективной, потому что она и не выглядит, собственно говоря, техникой, принимая вид общепринятого в социальном взаимодействии разговора. Следует отметить, что эффект техники «нога-во-рту» был получен трижды, и это подтверждает ее надежность. Недавнее исследование, проведенное во Франции (Fointiat, 2000), также выявило этот эффект. В ходе эксперимента субъектов побуждали к дарению продуктов в пользу благотворительной ассоциации. При применении техники «нога-во-рту» пожертвования сделали 40% субъектов против 27% при контрольном условии. Более того, в этом эксперименте манипулировали комбинацией техник «дверью-по-носу» и «нога-во-рту». Экспериментатор спрашивал субъекта, как у него обстоят дела, затем формулировал непомерную просьбу, которая отвергалась субъектом (давать что-нибудь каждую неделю в течение трех месяцев). Финальная просьба была намного скромнее. При этом условии согласие наблюдалось в 60% случаев. Фоантиа (Fointiat, 2000) считает, что эффективность этой комбинации равным образом объясняется добровольным обязательством. Техника «нога-во-рту» побуждает субъекта к выполнению определенного поведения, но так как отказ в первой просьбе не позволяет сдержать обязательство, то субъект охотнее соглашается на вторую просьбу. Как видим, этот эксперимент подтверждает эффективность техники «нога-во-рту» в другой культуре и при другом варианте взаимодействия. Разумеется, гипотеза добровольного обязательства, усиленного методом «нога-во-рту», еще нуждается в доказательстве, так как на самом деле неизвестно, возрастает ли подчинение именно за счет комбинации двух техник или просто в результате применения техники «дверью-по-носу».

Положительный эффект техники «нога-во-рту» наблюдается и тогда, когда речь идет о просьбе коммерческого характера. Так, Долински и коллеги (2001) попросили женщину-помощницу подходить к другим женщинам на улице и предлагать им пастилки от кашля. В условии «нога-во-рту» ассистентка предварительно спрашивала женщину, как у нее дела. Если ответ был положительный, ассистентка добавляла, что она в восторге от услышанного. Если ответ был отрицательный, ассистентка говорила, что огорчена этим. В контрольном условии вопрос не задавался. Результаты показали, что 22% субъектов ответили согласием на просьбу ассистентки против 4% при контрольном условии. Однако Долински с соавто-

рами (2001) не делали различий между женщинами, давшими положительный и отрицательный ответы. Эксперимент проводился в Польше, и Долински с коллегами считают, что в этой стране выражать плохое настроение абсолютно нормально, и это не может повлиять на дальнейшее поведение субъекта.

Он и Базель (Aune et Basil, 1994) полагают, что добровольное обязательство относительно определенного поведения — не единственный фактор, объясняющий эффект техники «нога-во-рту». По мнению этих авторов, когда мы спрашиваем кого-либо, как у него идут дела, и этот человек нам отвечает, между нами возникает связь. Мы показываем, что этот другой нам интересен, и, следовательно, он старается дать нам что-то в ответ (в данном случае — выполнить просьбу). Эти исследователи добавляли технику «нога-во-рту» к просьбе о пожертвовании в пользу благотворительной организации. Они показали эффективность этой техники (26% согласившихся против 10% в контрольной группе), что еще больше подтверждает надежность и всеобщность этой техники.

Однако исследователи показали также, что, когда близость между просителем и субъектом увеличивается за счет принадлежности к одной и той же социальной группе («Привет, ты учишься в этом университете?» — «Да». — «Потрясающе, и я тоже!»), процент согласившихся становится еще выше (47%). Значит, метод «нога-во-рту» активизирует такое чувство близости, которое способствует увеличению вероятности принятия просьбы. И все-таки эта интересная гипотеза нуждается в доказательстве, а условие близости за счет принадлежности к одной социальной группе не разрешает окончательно спора вокруг эффекта техники «нога-во-рту».

Согласно Долински и коллегам (Dolinski et al., 2001), когда мы интересуемся, как у другого человека обстоят дела, и он нам отвечает, мы вступаем с ним в социальный обмен, близкий к взаимодействию с нашими друзьями или близкими родственниками. Благодаря эффекту автоматизма при создании диалога по технике «нога-во-рту» воспроизводится также и ощущение более близких отношений с просителем, что и побуждает субъекта благосклоннее отнестись к его просьбе. Впрочем, эти исследователи в другой работе показали, что, создав ситуацию обмена, можно добиться того же эффекта, что и техникой «нога-во-рту». В этом эксперименте соучастник спрашивал у девушек в кампусе: «Вы студентка?» — и если ответ был положительный (на территории кампуса в основном находятся студенты), то соучастник говорил, что он тоже студент. По мнению этих авторов, техника «нога-во-рту» достигает цели за счет активизации более близкой связи, такой как с друзьями, и это располагает к оказанию помощи. Очевидно, что мы не далеки от концепции близости, выдвинутой Оном и Базелем (Aune et Basil, 1994). Единственно, эти исследователи по-разному смотрят на причины такой близости. У Она и Базеля субъект соглашается на просьбу вследствие эффекта взаимности, возникающего, когда кто-либо интересуется им, тогда как у Долински и коллег (2001) реакция является результатом социального научения тому, что мы обязаны выполнять просьбы наших друзей и родственников.

Существует еще слишком мало работ, посвященных технике «нога-во-рту», чтобы можно было выделить фактор или факторы, объясняющие влияние этой техники на поведение подчинения. Тем не менее очевидно, что эта техника вызвала теоретический интерес у социальных психологов.

6 Зак. 1014

Расчленение высказывания и сравнение: техника «и это не все!»

Мы уже имели возможность увидеть при описании техники «дверью-по-носу», что когда проситель уменьшает свои первоначальные требования, то это располагает субъекта ответить согласием на вторую просьбу. Возможно ли добиться того же самого только благодаря словам? Для этого мы должны разделить высказывание на две части таким образом, чтобы субъекту показалось, что предложение, сделанное вторым, более выгодно. Бургер (1986) назвал эту технику расчленения высказывания «и это не все!».

Его эксперимент проводился во время праздника в университетском кампусе. Два соучастника стояли за стойкой и продавали сладкие пирожки, цена на которые не была указана. На стойке были представлены разные виды пирожков. Пока человек шел к стойке, его распределяли в одну из двух групп, предусмотренных экспериментом. В группе с условием «и это не все!» первый соучастник-продавец говорил, что каждый пирожок стоит 75 центов. В этот момент второй соучастник обращался к первому продавцу с какой-то фразой. Тогда продавец просил субъекта подождать секунду. Через 2–3 секунды разговора со вторым соучастником продавец вновь обращался к субъекту и говорил ему, что в эту цену входят еще две булочки. Затем он показывал эти булочки, помещенные в отдельную упаковку. В контрольной группе, когда субъект интересовался ценой пирожка, соучастник-продавец говорил, что они продаются вместе с двумя булочками, все за 75 центов. Полученные результаты представлены на рис. 3.1.

Итак, расчленение высказывания имеет положительный эффект. Вполне понятно, что он никак не связан с присоединением предложения «и это не все!», которое дало название этой технике. Во втором эксперименте Бургер (1986) продемонстрировал тот же эффект. При условии «и это не все!» первый соучастник говорил, что пирожок стоит 1 доллар, затем, после разговора со вторым соучастником, добавлял, что они решили начать продавать их за 75 центов, поскольку собираются закрываться. При контрольном условии сразу называлась цена 75 цен-



Рис. 3.1. Процентное соотношение субъектов, купивших пирожки, и способа представления цены

тов. В результате в контрольной группе покупку сделали 44% субъектов против 73% — в экспериментальной. По-видимому, именно разделение информации на этапы обеспечивает эффект этой техники. Эта техника удивительна по своему влиянию на поведение покупателя. В другом эксперименте было показано, что она была эффективна и тогда, когда субъектам предлагали на дому купить продукты, которые предлагали два экспериментатора.

В чем причина такого эффекта? Согласно Бургеру, разделение информации на этапы позволяет активизировать эффект уступки. Благодаря эффекту взаимности субъект подводится к тому, чтобы сделать ответный жест, а следовательно, приобрести продукт.

Хотя Бургер в своей статье, опубликованной в 1986 г., неоднократно доказывал эффект своей техники, кажется, что ею не всегда можно воспользоваться. Фактически оказалось, что она действительна только для небольших сумм. Так, Поллок, Смит, Нолес и Брюс (1998) поставили эксперимент, близкий к первому эксперименту Бургера. За стойкой два соучастника продавали плитки шоколада. Плитки были разные: по 1 или по 5 долларов. В экспериментальном условии соучастник-продавец информировал субъекта, что упаковка стоит 1,25 или 6,25 доллара, затем после общения со вторым соучастником говорил, что цена изменилась и что теперь это стоит в зависимости от упаковки 1 или 5 долларов. В контрольном условии, как обычно, сразу называлась окончательная цена. Полученные результаты представлены на рис. 3.2.

Из графика видно, что, хотя скидка была постоянной для обоих изделий (20%), результат достигается в ситуации с более дешевым продуктом, а не дорогим. По-видимому, присутствовал эффект осознания цены субъектом. Поллок и др. (1998) считают, что низкая цена автоматически вызывает мысль о скидке. В случае дешевой плитки наличие информации о снижении цены ведет к тому, что обрабатывается только эта информация о снижении, а не о стоимости изделия.

Исследователи показали, что техника «и это не все!» оказалась неэффективной в случае, когда для помощи в учебе трудным детям привлекались студенты (Burger, Reed, DeCesare, Rauner et Rozolis, 1999). Два экспериментатора подходи-

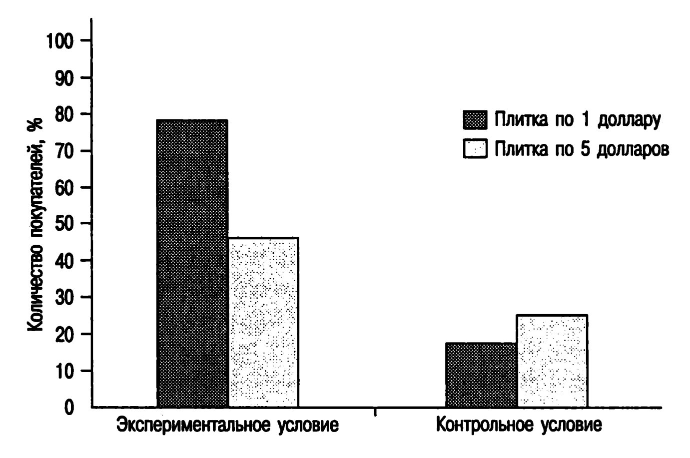


Рис. 3.2. Количество покупателей шоколада относительно его цены и способа ее представления

ли к студентам на территории кампуса и просили их принимать участие в этом по воскресеньям. После вмешательства одного из соучастников добавлялось, что это будет происходить не по воскресеньям, поскольку этот день заполнен, а по субботам. В контрольной группе ответили согласием 27%, а в экспериментальной — 8%. Согласно этим авторам, такой отрицательный эффект имел место из-за дорогостоящей просьбы. Это объясняет неэффективность техники при покупке довольно дорогого шоколада (Pollock et al., 1998) и помогает установить объяснительный механизм эффекта техники «и это не все!». Действительно, в ситуации выбора («я покупаю»/«я не покупаю», «я соглашаюсь/«я не соглашаюсь на просьбу») появления запоздалой информации о выгоде недостаточно для перемены уже принятого отрицательного решения. Бургер и коллеги (1999) подтвердили это в повторении своего эксперимента. Для этого они применили так называемое завышенное условие «и это не все!» с дорогостоящей просьбой и умеренное условие «и это не все!» с более адекватной просьбой. В этом случае умеренное условие позволило получить больше согласий на просьбу, чем контрольное условие, тогда как при завышенном условии никакого положительного эффекта не наблюдалось. Вероятно, это означает, что уменьшение начальной просьбы играет важную роль в эффективности техники «и это не все!». Метод не действует, если начальная просьба слишком завышена. Следовательно, нужно, чтобы она была относительно благоразумной.

Итак, расчленение одного высказывания на два предложения, позволяющее сравнить их между собой, позволяет получить положительный результат. Однако ни один из авторов не считает, будто эффект техники «и это не все!» обеспечивается исключительно процессами сравнения. Поллок и коллеги (Pollock et al., 1998) объясняют такой эффект в равной степени и разрывом высказывания, и автоматизированным анализом информации. Если анализ информации приводит к тому, что субъект недооценивает стоимость просьбы и верит, что поступает лучшим образом, то он принимает просьбу более благосклонно. Между тем любой пустяк может пресечь автоматическую реакцию или заставить нас сделать неправильное заключение. Так, вместо того чтобы просить у кого-то на улице 1 евро, попросите 0,96 евро или 1,13 евро. Вы увидите, что ваша прибыль может возрасти в некоторых случаях на 60% и более (Santos, Leve et Pratkanis, 1994). Высказывая эту нелепую просьбу, вы возбуждаете любопытство субъекта, и ему труднее проявить автоматическую реакцию отказа.

Тем же способом Прайс-Денис и Коулз (Price-Denis et Kowles, 1999) показали, что и другая форма расчленения высказывания позволяет влиять на поведение субъекта. В их эксперименте соучастники ходили по домам и продавали почтовые открытки в пользу благотворительной организации. В контрольном условии соучастник говорил субъекту, что набор открыток стоит 3 доллара. В экспериментальном условии он говорил субъекту, что набор стоит 300 пенни (1 пенни = = 1/100 доллара), ждал 2 секунды и добавлял, что это составляет 3 доллара и что это была шутка. Оказалось, что при этом условии 70% субъектов согласились купить открытки против 35% при контрольном условии. Кроме того, оказалось, что при простом упоминании о 300 пенни или с добавлением фразы о шутке разницы в проценте согласившихся по сравнению с контрольной ситуацией не было. Влияли именно разрыв в информации и ее переформулирование. То же и в технике «и это не все!». Субъекту делают предложение, которое после его трансформации

начинает казаться ему выгодным. Поскольку первое предложение было достаточно приемлемым и не вызывало немедленной реакции отказа, выгода воспринималась как более явная, чем в том случае, когда делалось только одно (второе) предложение.

Навешивание ярлыков и последующее поведение: техника личного ярлыка

«Ты был так щедр!», «Это великодушно с твоей стороны», «Ты достоин сожаления»... Эти несколько слов, конечно же, напоминают вам фразы, которые мы произносим ежедневно, оценивая поведение индивида или его самого. Теперь спрашивается, может ли простой ярлык, положительный или отрицательный, который присвоил нам совсем неизвестный нам человек, подействовать на наше дальнейшее поведение. Мы увидим, что не нужно доверять ярлыкам, положительным или отрицательным, адресованным нам. Довольно часто, увы, потребность в собственной или сторонней оценке приводит нас к таким поступкам, которые в противном случае мы бы никогда не совершили.

Положительный ярлык: техника лести

Бем (Bem, 1972) полагает, что индивид приписывает себе определенные качества на основании собственных поступков. Если поступок был совершен в отсутствие внешнего давления, он объясняется внутреннеми причинами: «Если я поступил так сам, не находясь под давлением, бескорыстно и т. д., это значит, что я принадлежу к тому типу людей, которые поступают так по убеждению»). Раз эта самоатрибуция состоялась, возрастает вероятность совершения поступков, соответствующих данной атрибуции. Значение этого процесса было видно при объяснении причины эффективности техники «нога-в-дверях».

Но, согласно некоторым авторам, к тому же результату можно прийти с помощью социального маркирования. Миллер, Брикман и Болен (1975) считали, что информация, которую индивидуум получает о себе, влияет на его самовосприятие. Такой эффект самоатрибуции можно получить многими способами. Один из них состоит в том, что проводят психологическое тестирование субъекта, которое заканчивается его социальным маркированием, а затем смотрят, как это влияет на его последующее поведение. Одно из исследований (Strenta et Dejong, 1981) подтвердило наличие воздействия, хотя ярлык присваивался компьютером, а не человеком. Эти исследователи использовали ложную информацию об участии в психологическом исследовании, имеющем целью дать студентам материал для компьютерной обработки. Экспериментатор объяснял субъекту, что тот должен ответить на анкету, в которой изложены различные характеристики личности, и что ее уже заполнили сотни студентов. После этого разъяснения субъект оставался один перед компьютером. Затем он отвечал на длинную анкету, и в конце раздавался звонок. Компьютерная программа выдавала оценки и «диагноз» субъекта. Эта фаза позволила осуществить маркирование. В зависимости от условия субъекту ставили следующий ярлык: он великодушнее, чем большинство других студентов (просоциальный ярлык), он умнее (ярлык компетентности), чем большинство других. В контрольной группе у субъектов не было никакой обратной

связи. Затем программа информировала субъекта, что он должен вернуться в другое помещение для продолжения эксперимента. В коридоре соучастник, державший в руках книги и карточки, ронял «нечаянно» карточки, когда ровнялся с субъектом. В этот момент оценивалось поведение субъекта. Результаты представлены в табл. 3.8.

Таблица 3.8

Помощь соучастнику в зависимости от ярлыка, присвоенного компьютером

	Тип ярлыка		
	Без ярлыка	**Умный**	**Великодушный**
Оказавшие помощь, %	50,0	36,0	71,0
Число подобранных карточек (из 500)	84,4	75,6	163,5
Латентный период помощи, секунды	13,5	15,6	10,9

Как видно из таблицы, ярлык «великодушный» побудил субъектов помогать соучастнику более активно и более усердно. Эти результаты интересны, так как отсутствие влияния ярлыка «умный» свидетельствует о том, что эффект недостаточно силен, чтобы активизировать хорошее настроение. Это легко объяснить эффектом добровольного обязательства вести себя в соответствии с самовосприятием, вызванным ярлыком. Субъект, классифицированный как великодушный, действительно атрибутирует это прилагательное как свойство своей личности. Чтобы соответствовать этой атрибуции, он фактически вынужден охотнее оказывать помощь. Следовательно, эти результаты подтверждают влияние присвоения ярлыка на поведение субъекта при оказании спонтанной помощи. Другие работы показали, что ярлык позволяет также увеличить размер оказываемой помощи в случае прямых просьб. Краут (Kraut, 1973) также показал, что если маркировать кого-либо как великодушного, то этот человек больше пожертвует благотворительной организации. В этом эксперименте взаимодействие с просителем осуществлялось непосредственно, но известно также, что это функционирует и в случае телефонного разговора (Steele, 1975).

Гольдман, Сивер и Сивер (1982) дали задание первому соучастнику подходить к студентам, собирающимся войти в библиотеку, и спрашивать у них, как пройти куда-нибудь. В одной группе соучастник горячо благодарил субъекта и говорил ему: «Большое спасибо, вы очень внимательны. Я сразу заметил, что вы найдете время, чтобы помочь мне». В другой группе ему адресовалось простое «спасибо». И наконец, в контрольной группе этой фазы предварительного контакта с первым соучастником не было. Когда субъект входил в библиотеку, к нему через несколько минут подходил второй соучастник и спрашивал, согласен ли тот посвятить два часа своего времени телемарафону, который состоится в следующем месяце. Результаты показали, что при контрольном условии 17% субъектов согласились на просьбу против 40% при условии просто «нога-в-дверях». Однако при условии «нога-в-дверях» вместе с положительным ярлыком согласие дали 60% субъектов. Здесь эффективность техники «нога-в-дверях» была усилена ярлыком, присвоенным первым соучастником. Этот факт усиливает самовосприятие, которое вызывает уже сама техника «нога-в-дверях» (см. главу 2). Этот эффект

наблюдался много раз (Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985; Joule, 2001; Kraut, 1973). Ярлык более эффективен, если он ассоциируется с качествами, присущими индивидууму. Так, Жюль, Тамбони и Тафани (2000) поставили эксперимент, в котором соучастник говорил субъекту на улице, что тот потерял 50 франков. Целью было посмотреть, возьмет ли он их себе или откажется. При условии «ноги-в-дверях» соучастник предварительно просил субъекта отметить на карте то место, где они сейчас находятся. В зависимости от ситуации субъекта просто благодарили или благодарили, обосновывая свою благодарность внешними обстоятельствами (встреча по поводу приема на работу через 10 минут) или присущими человеку качествами (человек любезный, внимательный). В продолжение этого взаимодействия соучастник заявлял субъекту, что тот потерял 50 франков. Количество людей, возвративших деньги, было зависимой переменной. Полученные результаты при трех условиях представлены на рис. 3.3. Здесь показана также и контрольная ситуация без предварительного взаимодействия с соучастником.

Как видим, если ярлык связан с личностной характеристикой, то субъекты ведут себя более честно, чем в остальных случаях. Отсюда следует, что способность приписывать себе какое-либо личностное качество и является тем механизмом, при помощи которого функционирует техника ярлыка. Кроме того, положительное маркирование сохраняет ту же силу спустя много дней. Стил (Steele, 1975) показал, в рамках взаимодействия по телефону, что ярлык оказывает то же влияние на поведение и по прошествии времени. Экспериментатор просил субъекта ответить на простой вопрос (высказать мнение по поводу акции, проводимой в помощь нуждающимся лицам в их квартале). Затем экспериментатор присваивал ему ярлык «благородство» («Это очень благородно с вашей стороны говорить так»). Через два дня другой человек из другой организации просил его принять участье в опросе, и было заметно, что этот ярлык приводил к принятию просьбы. Более того, удалось показать, что ярлык остался эффективным и спустя две недели (Swinyard et Ray, 1979).

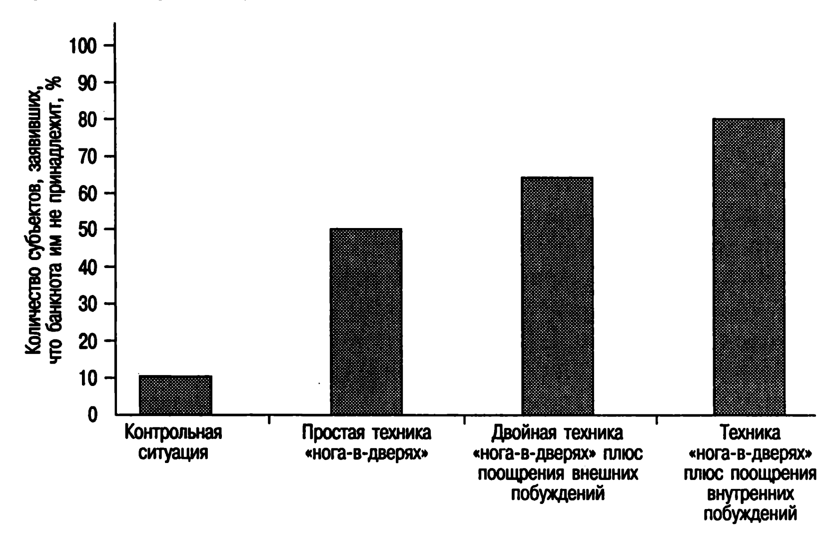


Рис. 3.3. Количество людей, заявивших соучастнику, что банкнота им не принадлежит, в зависимости от условия эксперимента

Очевидно, что для повышения степени подчинения индивида просьбе достаточно простой атрибуции положительного качества. Вполне понятно, почему характеристики вроде «Вы великодушны», «Мы рассчитываем на ваше великодушие» так часто употребляются при сборе пожертвований. Здесь обращение призвано вызвать эту самоатрибуцию и соответствующее поведение. Можно полагать, что публичное присвоение ярлыка тоже будет усиливать добровольное обязательство. Было бы интересно изучить этот аспект в будущих исследованиях.

Вызвать чувство вины или стыда: техника оскорбления

Что надо сделать в первую очередь, если чувствуешь, что поступил плохо и сожалеешь об этом?

На этот вопрос любой ответит: «Исправить». Действительно, нет ничего хуже чувства вины за плохой поступок. В экстремальном случае оно даже может испортить человеку жизнь. Но наше воспитание предписывает нам необходимость исправлять совершенные ошибки, чтобы реабилитироваться. Этот принцип настолько прочен, что когда нам кажется, будто мы в чем-то виноваты, этого достаточно для того, чтобы попытаться исправить оплошность. Чтобы подняться в собственных глазах, мы хотим исправить то, что натворили, или сделать что-то такое, что даст нам возможность почувствовать себя реабилитированными.

Мы можем испытывать чувство вины не только от того, что ненамеренно причинили вред другому. Иногда оно вызывается невозможностью оказать помощь. Долински продемонстрировал это в следующем исследовании (2000): к людям на улице подходил первый соучастник и спрашивал, где находится такая-то улица, причем название улицы было выдуманным. Большинство людей говорили: «Извините, я не знаю» и продолжали свой путь. Сотней метров дальше второй соучастник (женщина) просила тех же людей присмотреть за сумкой под тем предлогом, что ей якобы надо подняться наверх, в здание, а сумка тяжелая. В контрольной ситуации, как обычно, звучала только сама просьба. Результаты показали, что чувство вины из-за невозможности помочь побуждает человека впоследствии охотнее оказывать помощь. Можно полагать, что чем сильнее будет вызванное чувство вины, тем в большем размере будет оказана помощь.

Вина или стыд?

Поскольку эффект чувства вины — правдоподобное теоретическое объяснение эксперимента Долински (Dolinski, 2000), то стоит изучить, будет ли он наблюдаться в том случае, если атрибутировать испытуемому какое-либо негативное качество. В этом случае может быть вызвана пониженная самооценка, которая приведет субъекта к попытке вернуть позитивный образ Я. Кажется, это подтверждает техника оскорбления, использованная Стилом (Steele, 1975).

Целью исследования было согласие домохозяек участвовать в опросе по поводу хозяйственных товаров, который отнял бы у испытуемых много времени. В первый раз экспериментатор звонил испытуемой и представлялся сотрудником Государственного института социологических исследований. Затем он просил испытуемую ответить на вопрос. Но прежде, чем задать его, он добавлял, что она, конечно же, как все в этом мире, не интересуется проблемами своего общества, не готова постараться на благо своего ближнего, что она всегда находит повод оправ-

дать себя за то, что не помогает другим. Затем экспериментатор задавал свой вопрос: испытуемая должна была высказать мнение по поводу возможных акций в районе для помощи нуждающимся. После ответа экспериментатор благодарил испытуемую и вешал трубку.

Двумя днями позже другой экспериментатор (женщина) звонила испытуемой и говорила, что работает над благотворительным проектом и ищет женщин, которые согласились бы организовать точки общественного питания для самых неимущих. Она добавляла, что ей понадобятся сведения о продуктах питания, используемых испытуемой в повседневной жизни. Затем она говорила, что не предлагает участвовать в проекте, а просто собирает информацию. После этого экспериментатор спрашивала, не согласится ли испытуемая предоставить эту информацию. Если та соглашалась, ей давали соответствующие инструкции. Процедура предлагалась длинная и сложная: надо было составить список продуктов по трем категориям, классифицировать их, указать свои предпочтения и т. д. Экспериментатор давала три дня для выполнения этой работы, затем звонила, чтобы проверить, сделана ли она. Полученные результаты представлены на рис. 3.4.

Как мы видим, испытуемые, почти оскорбленные сомнением в их альтруистических намерениях, гораздо чаще соглашались выполнить просьбу. Причем просьба звучала только через два дня после первого звонка и исходила от другого человека. Насколько же тяжелым должно было быть возникшее чувство вины, чтобы человек начал совершать поступки, доказывающие, что атрибутированное ему негативное качество на самом деле ему не присуще. Надо отметить, что количество людей, выполнивших просьбу, меньше, чем количество согласившихся, как в экспериментальной, так и в контрольной ситуации. Вполне вероятно, что согласие выполнить просьбу уменьшило первоначальное чувство вины, вызванное первым экспериментатором.

По мнению Стила (Steele, 1975), негативное маркирование, произведенное первым экспериментатором, вызвало у испытуемых пониженную самооценку. И когда спустя некоторое время появилась возможность эту самооценку улучшить, вполне естественно, что она была реализована. Это объяснение в терминах

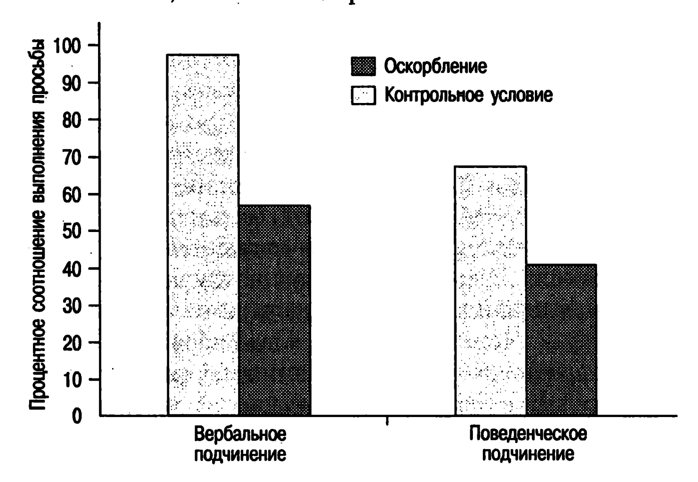


Рис. 3.4. Процентное соотношение согласившихся выполнить просьбу и действительно выполнивших ее

улучшения самооценки выглядит вполне убедительно, но негативное маркирование не всегда вызывает такой эффект. Так, Гольдман, Сивер и Сивер (1982) продемонстрировали ингибицию поведения помощи после негативного маркирования. В их эксперименте, многократно подтвержденном, первый соучастник подходил к студентам, собирающимся войти в библиотеку, и спрашивал у них, как пройти туда-то. При первом условии соучастник вел себя оскорбительно, выражая сомнение в том, что субъект знает правильный путь (негативное маркирование). При втором условии субъекту просто говорили «спасибо». Затем, спустя несколько минут, уже в библиотеке, к нему подходил второй соучастник и просил его уделить два часа своего времени телемарафону, который должен пройти в следующем месяце. Результаты показали, что 17% субъектов согласились на просьбу при контрольном условии (изложение только второй просьбы). При условии простой благодарности (фактически «нога-в-дверях») согласились 40% и только 20% — при условии предварительного негативного маркирования. Здесь оно привело к торможению поведения помощи.

Может показаться, что между двумя вышеупомянутыми исследованиями есть глубокое противоречие. На деле же разница заключается в примененной методологии. Пауза между двумя просьбами была неодинаковая. В исследовании Гольдмана и коллег (1982) две просьбы были не на одну и ту же тему, как это было у Стила (1975). Последнее может объяснить различные результаты. Отсутствие эффекта «ноги-в-дверях» с негативным маркированием в исследовании Гольдмана и коллег (1982) — вновь подтвержденное в более позднем эксперименте (Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985), по-видимому, показывает следующее: выполнение второй просьбы не может полностью ликвидировать ярлык и восстановить самооценку, сниженную ярлыком, потому что просьбы относятся к разным сферам. Например, кого-то отметили как не помогающего детям. В этом случае он быстрее отреагирует на просьбу, касающуюся помощи детям, чем на просьбу, не связанную с первой (скажем, касающуюся защиты животных). У Стила (1975) выполнение финальной просьбы было связано с первоначальным негативным маркированием. Во всяком случае, нельзя сравнивать эти два исследования и делать окончательные выводы. Геген (2001с) также оценивал непосредственно связь между ситуацией маркирования и характером финальной просьбы.

Для эксперимента были нужны три соучастника (молодые женщины в возрасте 20–22 лет). Первая соучастница, держа в руке тяжелую и объемную сумку с продуктами, подходила к человеку, шедшему ей навстречу по улице. На верхней части этой сумки можно было отчетливо видеть надпись: «конина». Соучастница обращалась к человеку с просьбой: «Простите, мадам/месье, у меня сумка тяжелая, а я хотела бы купить журнал в книжном магазине напротив. Не согласились бы вы присмотреть за моей сумкой, пока я куплю журнал?» Если субъект соглашался, соучастница благодарила его, пересекала улицу и входила в магазин, расположенный в 25 метрах. Через 20 секунд, когда первая соучастница была уже в магазине, вторая, державшаяся на расстоянии, направлялась к субъекту. Поравнявшись с ним, соучастница останавливалась, затем начинала рассматривать субъекта и сумку с продуктами. Указывая пальцем на сумку, она говорила субъекту: «Право же, это плохо — есть конину. Я думаю, что благодаря лошадям мы смогли развиться до нынешнего уровня. Вам должно быть стыдно». Затем, не дожидаясь реакции субъекта, соучастница быстро уходила. По прошествии еще

20 секунд первая соучастница выходила из магазина с журналом в руках. Она подходила к субъекту и к своей сумке, горячо благодарила его и отправлялась дальше в путь. В конце улицы третья соучастница, которая наблюдала эту сцену с самого начала, подходила к субъекту. В первом условии эксперимента соучастница говорила: «Простите, мадам/месье, не согласились бы вы подписать петицию в защиту животных? Мы хотим, чтобы правительство больше заботилось о брошенных животных». Во втором условии эксперимента соучастница говорила тем же тоном: «Простите, мадам/месье, не согласились бы вы подписать петицию за ограничение скорости в центре города? Мы хотим, чтобы правительство больше заботилось о чистоте воздуха в крупных городах». Были выбраны именно эти два повода, так как предварительная оценка показала, что их подписывает один и тот же процент людей в таких же уличных условиях. Затем соучастница спрашивала субъекта, подпишет ли он петицию. В случае положительного ответа соучастница протягивала субъекту ручку и книжечку, где находился лист с восемью подписями, именами, фамилиями и адресами вымышленных людей. В контрольном условии все было точно так же, только отсутствовало первоначальное маркирование. Полученные результаты представлены в табл. 3.9.

Таблица 3.9

Количество согласившихся на просьбу в зависимости от маркирования и содержания петиции, %

	Содержание петиции		Всего
	Животные	**Загрязнение**	
Маркирование	70,0	40,0	55,0
Контрольное условие	35,0	27,5	31,3
Всего	52,5	33,8	

Как видно из таблицы, негативное маркирование обеспечило более высокую степень согласия, которое было больше всего в случае совпадения содержания петиции с маркированием. Время, прошедшее между фазой маркирования и обращением с окончательной просьбой, было таким же, как у Гольдмана (1982). Разумеется, здесь речь шла не о ситуации помощи, а скорее о занятии идеологической позиции. Геген реализовал вариант эксперимента Гольдмана в ситуации помощи другим. В этом эксперименте ассистентками были две молодые женщины. Первая подходила к субъекту, шедшему без спутников в начале маленькой оживленной улицы, и спрашивала у него дорогу к известному зданию, подробно описывая, не только место, где оно находится, но и другие детали, так что весь разговор занимал около 30 секунд. При условии отрицательного маркирования соучастница заявляла, что объяснения нечеткие, она ничего не поняла и лучше спросит у когонибудь другого. Затем она быстро шла назад для взаимодействия с другим субъектом. При контрольном условии ассистентка сухо и без улыбки говорила «спасибо». В конце улицы находилась вторая ассистентка, которой экспериментатор подавал сигнал, указывая, к какому субъекту подходить. Она сидела на корточках посередине улицы и копалась в огромной, на вид тяжелой продуктовой сумке, делая вид, будто ищет что-то. В момент, когда субъект проходил мимо нее, асси-

стентка окликала его и говорила: «Простите меня, мадам/месье, я кое-что забыла в мясной лавке за углом (указание рукой направления). Не могли бы вы присмотреть за моими вещами? Мне нужно 30 секунд, а сумка такая тяжелая». Затем ассистентка отмечала, согласился субъект или нет, и в любом случае благодарила его. Потом, роясь в своих карманах, она вскрикивала и доставала искомую вещь — записную книжку, снова благодарила субъекта. Во втором условии просьба второй ассистентки была другой. Та несла на спине сумку и держала в руках план города. Она обращалась к субъектам со словами: «Простите, мадам/месье, я не могу найти здание XIV века. Не могли бы вы мне помочь?» Затем ассистентка отмечала, согласился субъект или нет, и в любом случае благодарила его и шла в направлении, указанном субъектом. Результаты, которые были получены при всех этих условиях, представлены в табл. 3.10.

Таблица 3.10

Количество согласившихся на финальную просьбу в зависимости от маркирования и типа просьбы, %

	Тема финальной просьбы		Всего
	Присмотреть за сумкой	Показать дорогу	
Отрицательное маркирование	32,5	75,0	53,8
Отсутствие маркирования	61,3	62,5	61,9
Всего	46,9	67,8	

Как видно из таблицы, при контрольном условии никакой разницы в поведении субъектов не наблюдалось, а негативное маркирование функционировало только тогда, когда финальная просьба была связана с начальной.

Эти результаты подтверждают теорию Стила (Steele, 1975), согласно которой негативное маркирование ведет к пониженной самооценке в связи с определенным списком качеств. Если впоследствии дается возможность изменить эту самооценку в лучшую сторону и совершить соответствующий поступок, это способствует подчинению субъекта. Если же такая возможность не предоставляется, эффект негативного маркирования со временем сходит на нет. Следовательно, эти результаты позволяют отказаться от некоторых гипотез, объясняющих эффект негативного маркирования. Очевидно, что объяснения в терминах чувства вины, испытываемого в результате начального маркирования, недостаточно. Действительно, если бы возникало чувство вины, то с ним можно было бы справиться всеми типами последующей помощи. Однако мы видим, что это не так. То есть предстоит еще объяснить, почему негативное маркирование функционирует тогда, когда две просьбы конкруэнтны.

Мы видим, что техника негативного маркирования, как и маркирования позитивного, воздействует на наше поведение. Все работы проводились относительно недавно, поэтому теоретические разработки — дело будущего. Тем не менее хорошо видно, что нескольких слов может быть достаточно, чтобы вызвать нужное поведение. Это подтверждает, как мало нужно для того, чтобы повлиять на другого человека.

Реципрокность: «Я дам тебе су, чтобы ты дал мне два»

В этой работе мы уже достаточно часто обращались к принципу реципрокности (или взаимности) (см. техники «дверью-по-носу» и «и это не все!»). Разумеется, не всегда речь шла о манипулировании вербальным содержанием с целью получения согласия на просьбу посредством реципрокности. Поэтому следует вернуться немного назад. Мы видели, однако, что для влияния на поведение другого достаточно простого вербального указания на наличие реципрокности, так же как достаточно простой фразы, указывающей на свободу выбора.

О силе принципа реципрокности известно давно (Blau, 1964; Homans, 1961). Мы отнесли бы к эффекту принуждения (Gouldner, 1960) помощь тем, кто раньше помогал нам. По-видимому, принцип реципрокности и следующие из него правила обмена носят универсальный характер и встречаются во всех культурах (Mauss, 1966), и некоторые авторы имеют в виду именно это, говоря о *Homo reciprocus* (человек взаимный) (Becker, 1956). Гоулднер (1960) тоже придерживается этой позиции, приводя в своей статье, посвященной реципрокности, многочисленные устойчивые выражения типа: «Рука руку моет», «Ответить добром на добро» и т. п.

Норма реципрокности делает людей уязвимыми по отношению к манипуляции, поскольку мы чувствуем себя обязанными, когда нам преподнесли что-либо в дар, хотя мы не добивались этого (Regan, 1971) или это было нам не нужно (Cialdini, 1990). Более того, из-за влияния этой нормы мы чувствуем себя обязанными дать больше, чем получили (Mauss, 1966). Выгадывает всегда тот, кто дает первым.

Эта норма реципрокности отличается от нормы справедливости (Adams, 1965), которая строится на оценке стоимости и выгоды обмена. В самом деле, известно, что обмен не обязательно должен быть равноценным. Это мы видели и при использовании техники «дверью-по-носу». Напомним, что при этой технике первая просьба делается чрезмерной, чтобы испытуемый ее отверг, а затем предлагается вторая (целевая) просьба, более скромная, что повышает вероятность ее выполнения испытуемым. В этом случае проситель ничего не предлагает. Он просто снижает свои первоначальные требования, чтобы создать иллюзию уступки, которая вследствие нормы реципрокности побуждает субъекта тоже сделать ему уступку, т. е. принять вторую просьбу. Действительно, активизируя этот принцип реципрокности, можно, по-видимому, манипулировать поведением индивида. Тем не менее нужно еще разобраться в воздействии этой нормы на поведение человека. Результаты исследований, которые мы сейчас рассмотрим, показывают, что этот простой принцип — прекрасный способ манипулирования поведением других, даже совершенно чужих нам людей.

Реципрокность: дают тому, кто дает...

Первое экспериментальное исследование влияния нормы реципрокности на поведение принадлежит Ригану (Regan, 1971). Он хотел выяснить, как работает принцип реципрокности. Согласно Хомансу (Homans, 1961) и Адамсу (Adams, 1965), отношения между людьми основаны на принципе обмена, на обоюдных

вознаграждениях и их стоимости. Если А оказал услугу Б, то затраты А возросли и возросло вознаграждение для Б. Это нарушает равновесие между А и Б, которое восстанавливает Б, отдавая что-то А в соответствии с нормой реципрокности (Gouldner, 1960). Однако равным образом можно выдвинуть и другую гипотезу. Когда один человек дает что-либо другому, даже если последнему это не нужно, этого достаточно, чтобы он почувствовал симпатию к первому, а значит, в дальнейшем охотнее выполнил его просьбу. Чтобы понять, усиливает ли симпатия реципрокность при помощи другому, Риган (Regan, 1971) провел весьма хитроумный эксперимент.

Этот исследователь велел студентам прийти в лабораторию якобы для участия в эксперименте, касающемся эстетических предпочтений. Спустя несколько минут появлялся помощник, который также представлялся как участник эксперимента. Он и субъект находились в приемной вдвоем. Немного погодя в помещении звонил телефон, и помощник, который был ближе к телефону, после некоторого колебания брал трубку. В зависимости от условия он отвечал либо вежливо («Секретарь вышла, позвоните позднее, она будет через несколько минут»), либо весьма невежливо (тон грубый, вешает трубку, не говоря «до свидания»). Через минуту входил экспериментатор и просил этих «двух субъектов» посмотреть репродукции картин, оценить их и сообщить о возникших эмоциях. После первого задания, которое длилось 5 минут, экспериментатор объявлял перерыв. Помощник спрашивал, может ли он на минутку отлучиться, экспериментатор разрешал. Помощник выходил и через минуту возвращался. В условии, названном «личное расположение», он говорил субъекту, что спрашивал у экспериментатора разрешения принести кока-колу и взял кока-колы и на него (субъекта). Если субъект предлагал заплатить, помощник отказывался. В контрольном условии помощник просто возвращался и садился на прежнее место. В условии, названном «неличное расположение», помощник возвращался с двумя бутылками и говорил, что их дал им экспериментатор за участие в эксперименте. После этого наступала очередь второго задания. Через 5 минут снова последовал перерыв, но тут уже экспериментатор просил их не отлучаться. Тогда помощник, воспользовавшись этим, чтобы начать разговор, говорил субъекту, что он продает лотерейные билеты в пользу обустройства нового гимнастического зала и спрашивал субъекта, не хочет ли он купить билеты. Оценивались ответ субъекта и количество взятых билетов. Через 5 минут возвращался экспериментатор и просил субъекта оценить впечатление, произведенное помощником, используя шкалу биполярных прилагательных (среди которых упоминались «великодушный» и «вежливый»).

В табл. 3.11 представлено среднее число купленных билетов в зависимости от того, насколько дружелюбным был помощник по отношению к звонившему по телефону человеку, и в зависимости от его последующего поведения наедине с субъектом.

Как видим, больше были готовы помочь те, кому было выказано личное расположение, причем это не зависело от предшествовавшего поведения помощника. В условии личного расположения помощник оценивался более положительно, причем как тот, кто был дружелюбным со звонившим по телефону, так и тот, кто не был. В условии же неличного расположения и контрольном ситуация обратная: помощнику дали довольно отрицательные оценки, причем они были хуже, если перед этим тот был недружелюбным. Отсюда можно сделать вывод, что рас-

положение влияет на подчинение, поскольку оно побуждает субъекта к обмену за счет нормы реципрокности.

Таблица 3.11

Среднее число купленных у помощника лотерейных билетов в зависимости от его поведения

	Личное расположение	Неличное расположение	Никакого расположения
Дружелюбный соучастник	1,91	1,50	1,00
Недружелюбный соучастник	1,60	0,80	0,80
В среднем	1,76	1,15	0,90

...и дают тому, кто предложил дать

Когда мы ищем расположения другого человека, нам отвечают тем же. И все же кажется, что сила реципрокности не только в этом. Мы уже говорили в случае техники «дверью-по-носу», что не обязательно на самом деле что-то давать, а можно уменьшать свои притязания. Иллюзии уступки может быть достаточно, чтобы активизировать норму реципрокности. Фактически и обещания может быть достаточно для того же.

Был проведен эксперимент, в котором принцип реципрокности использовали, чтобы попросить сигарету. Так, Геген и Паскуаль предлагали курильщикам (600 мужчин и женщин, куривших на улице) обменять одну сигарету на деньги (0,50 евро, 1 евро, 2 или 5 евро). Предлагая это, экспериментатор показывал соответствующую монету. Эффект этой немного необычной просьбы и представленные ниже в табл. 3.12 результаты весьма красноречивы. Несмотря на то что деньги взял всего один человек, было получено следующее количество согласившихся на просьбу.

Таблица 3.12

Количество согласившихся на просьбу в зависимости от типа обращения, %

Контрольное условие (без денег)	50 евроцентов	1 евро	2 евро	5 евро
31,7	43,3	64,2	63,3	77,5

По-видимому, неэкономическая равноценность обмена объясняет эти результаты, а уважение принципа равноценности, проявленное просителем.

Следует отметить, что при повторе этого эксперимента мы просили субъектов (при контрольном условии и условии «двух евро») оценить также и манеру поведения. Оказалось, что просителя оценивали одинаково при обоих условиях. Субъекты расценили только просьбу, которую нашли более оригинальной в экспериментальных условиях. То есть они оказались восприимчивы к необычности просьбы, но это в любом случае не повлияло на оценку лица. Здесь не симпатия порождала помощь. И обмен здесь не был равноценным (1 монета = 1 сигарета). Остается только предположить, что действовала норма реципрокности. Известно, что и уважение этой нормы также вызывает чувство обязательства уравнять стои-

мость обмена (Bell, Cholerton, Davison, Frazcek et Lauter, 1996). Более того, известно, что эта норма располагает к принятию просьбы, так как нельзя отказать в чем-то кому-то, кто ее соблюдает (Regan, 1971). Эта норма обычно вынуждает нас дать больше, чем мы получили (Cialdini, 1990). В нашем эксперименте соучастник делал уступку, сопровождая свою просьбу ее финансовым эквивалентом, и субъект, после того как согласился дать сигарету, тоже сделал ему уступку, отказавшись от предложенных денег. Этим объясняется, почему люди, случайно получившие цветок от кришнаитов, готовы были дать денег этой секте, хотя сам цветок потом выбрасывали (Cialdini, 1990). Уступка, которую нам сделали, заставляет нас под давлением нормы реципрокности, сделать уступку в свою очередь, чтобы соблюсти принцип равновесия при обмене, предусмотренный этой нормой.

Невербальное влияние

Согласно Меграбяну (Mehrabian, 1981), половина реакций в процессе человеческой коммуникации обусловлена невербальными факторами. Экспериментальные исследования, равно как и клинические, выявили значение таких невербальных факторов, как улыбка, прикосновение, взгляд, жестикуляция, близкое расстояние и даже запах. Такие крупные международные журналы, как, например, *Journal of Nonverbal Behavior* («Журнал о невербальном поведении») посвящены этому аспекту.

Парадоксально, но и французская, и европейская социальная психология в целом весьма редко проявляет интерес к этим факторам. Кроме того, чаще всего исследования, проводимые на эту тему в Европе, — антропологические или социологические работы. Тем не менее мы увидим, что обычное невербальное поведение может повлиять на подчинение просьбе.

Влияние прикосновений

«Сказанное очень меня растрогало», «У нас хороший контакт», «Я чувствую, что ему плохо»... Вот несколько примеров обиходных фраз, в которых так или иначе есть ссылка на осязание или тактильное восприятие.

Из всех факторов невербального влияния прикосновение занимает особое место в силу своего интердисциплинарного характера. Этим фактором интересуются социологи, антропологи, психологи, медики. В психологии прикосновение изучали главным образом социальные психологи, специалисты по психологии развития, а также по клинической и патологической психологии. Первые исследования тактильной стимуляции были проведены на животных (Harlow, 1971; Denenberg et Rosenberg, 1967). Влияние тактильной стимуляции на людей впервые было продемонстрировано в работе Шпица (Spitz, 1946), который показал, какую пользу она приносит при воспитании детей в детских домах. Позднее Морис (1973) показал влияние прикосновений на эмоциональное, интеллектуальное и физическое развитие детей.

Здесь нас будут интересовать исследования, проведенные в области социальной психологии, и особенно на тему влияния прикосновений на поведение. Мы увидим, однако, что почти все они относятся к области психологии развития, психологии здоровья и патопсихологии.

Прикосновение и культура

Культуральные аспекты факторов подчинения до сих пор редко изучались. Тем не менее в том, что касается невербального поведения, известно, что культуру надо принимать во внимание и прикосновение здесь не является исключением. Холл (1966) разделял культуры на контактные и неконтактные, подразумевая под «контактами» не только прикосновения, но также и взгляд, положение тела, позы и т. д.

Контактные культуры характеризуются тактильной и обонятельной коммуникацией, тогда как неконтактные — визуальной. Франция, страны Латинской Америки и арабские страны — типичные контактные культуры, а страны Северной Америки и Германия — типичные неконтактные. Андерсен (1988) добавил в эту культурную дихотомию и другие страны, отнеся Грецию, Италию, Восточную Европу, Россию, Индонезию и Испанию к контактным культурам, а Северную Европу и Японию — к неконтактным. Этот автор считает, что холодный климат благоприятствует ориентации на работу во время коммуникации, тогда как в климате жарком и умеренном существует ориентация на индивида, что фактически и способствует тактильным взаимодействиям. Хотя эта теория выглядит привлекательной, надо признать, что сложно однозначно отнести какую-либо страну к той или иной группе. Это продемонстрировал Шутер (Shuter, 1976) на примере трех латиноамериканских стран (Коста-Рики, Панамы и Колумбии), между которыми была отмечена значительная разница в числе тактильных контактов у партнеров (в 4 раза больше контактов в Коста-Рике, чем в Панаме). А ведь эти три страны входят в число «контактных».

Однако другие работы тем не менее подтверждают теорию Холла (Hall, 1966). К ним относится и эксперимент (Jourard, 1966), цель которого состояла в простом наблюдении за тактильным поведением людей, разговаривающих за столиком кафе, в разных странах. Оказалось, что число контактов в час между двумя лицами составило 180 раз в Сан-Хуане (Пуэрто-Рико), 110 — в Париже, 0 — в Лондоне и 2 — в Гэйнсвилле (Флорида, США). Согласно дихотомии Холла и Андерсена, два первых города принадлежат к странам контактной культуры, тогда как два последних — неконтактной. По-видимому, этот тип контакта является результатом раннего научения, поскольку Филд (Field, 1999) показывает, как эта дихотомия проявляется в тактильном поведении родителей по отношению к детям. Так, например, французы прикасаются к своим детям гораздо чаще, чем американцы, что впоследствии, как считает Филд, уменьшает агрессивное поведение первых по сравнению со вторыми и, главное, предписывает, как регулировать аффекты при помощи тактильного контакта. Эта дихотомия использования прикосновений во взаимодействиях людей наблюдается также и в других культурах помимо Франции и США. Так, Шутер (Shuter, 1977), наблюдая тактильные контакты во внутренних помещениях между парами одного пола или противоположных полов в Италии, Германии и в США, нашел, что больше прикосновений у пар смешанных и мужских в Италии, чем в двух других странах, и не обнаружил разницы между немцами и американцами. Здесь также классификация культур на контактные и неконтактные позволяет предсказать эту разницу. Современные исследования (Remland, Jones et Brikman, 1991, 1995), проведенные в Европе с учетом дихотомии Холла (страны с контактными культурами: Италия, Греция, Франция; и страны с неконтактными культурами; Англия, Ирландия, Голландия), вновь подтвердили эти культуральные различия.

Представленные ниже работы, касающиеся влияния прикосновений, в основном выполнены в англоязычных странах, прежде всего в США, в культуре, классифицируемой как неконтактная. Но некоторые работы недавно были проведены во Франции (культура классифицируется как контактная). Мы увидим, что результаты исследований различаются мало.

Влияние прикосновений на подчинение

Первым исследователем роли прикосновения в подчинении просьбе стала Клейнке (Kleinke, 1977a), которая провела два эксперимента. В первом одна из ее сотрудниц оставляла несколько монет на столике в телефонной будке и выходила. Затем она ждала, пока следующий человек войдет в кабину, положит деньги в карман и, позвонив, выйдет. В этот момент она подходила к субъекту и говорила, что забыла деньги в кабине за несколько минут до того. Потом она спрашивала его, не находил ли он денег. В половине случаев во время этого взаимодействия экспериментатор одну-две секунды держала субъекта за руку. Во втором эксперименте эта соучастница просила прохожих на улице дать ей денег. Здесь также в половине случаев, излагая свою просьбу, экспериментатор мимолетно касалась руки прохожего. Результаты, полученные в этих двух экспериментах, показаны на рис. 3.5.

В обоих случаях получено положительное воздействие прикосновения.

Воздействие прикосновения на открыто высказанную просьбу... Два эксперимента Клейнке (Kleinke, 1977a) были первой проверкой воздействия прикосновения в случае прямо высказанной субъекту просьбы. Эти первые результаты были подтверждены многочисленными последующими исследованиями. Так, Брокнер с соавторами (Brockner, Pressman, Cabitt et Moran, 1982), повторив первый эксперимент Клейнке, продемонстрировали, что 66% субъектов вернули деньги в контрольном условии против 78% в экспериментальном. Кроме того, эти исследователи показали, что прикосновение одинаково эффективно вне зависимости от половой принадлежности экспериментатора и испытуемого.

Мы привели один эксперимент в двух разных контекстах, но прикосновение обладает эффективностью не только в этих ситуациях. Так, Хорник (1987) показал, что прикосновение повышает количество согласившихся участвовать в опросе, проводившемся на улице (76,4% при условии прикосновения против 54,2% при контрольном условии). Кроме того, он наблюдал долгосрочное воздействие этого тактильного контакта. Так, субъектам, согласившимся на первую просьбу,

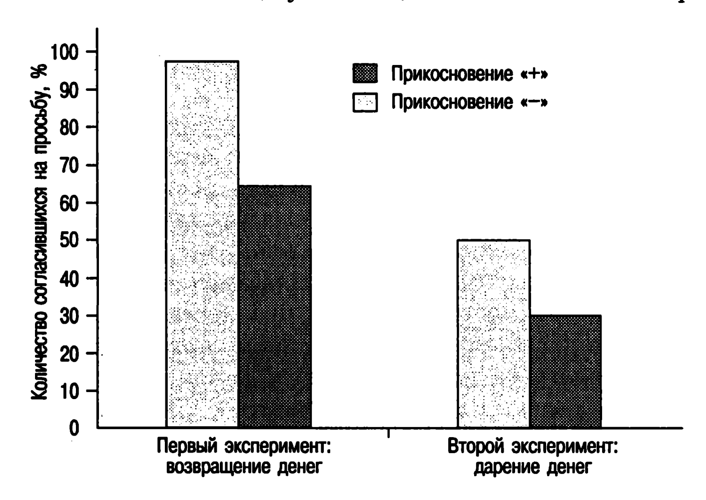


Рис. 3.5. Количество согласившихся на две просьбы в зависимости от наличия или отсутствия тактильного контакта

предлагали заполнить еще одну анкету. Процент согласившихся был выше при условии прикосновения (28,4%), чем при контрольном (8,3%). Поскольку во время второй просьбы не использовали никакого тактильного контакта, то можно сделать вывод, что прикосновение оказывает продолжительный эффект.

Все представленные работы были выполнены в США. Прежде мы говорили о значении прикосновения в зависимости от культуры. Однако культура, вероятно, не играла роли в подчинении определенно высказанной просьбе. Геген (2001а) повторил второй эксперимент Клейнке во Франции. Молодая женщина просила у прохожих на улице одну или две монеты, чтобы починить обувь. Здесь зависимыми переменными были как процентное содержание принявших просьбу, так и средний размер суммы. Полученные результаты представлены в табл. 3.13.

Таблица 3.13

Выполнение просьбы о подаянии и средний размер суммы в зависимости от наличия/отсутствия тактильного контакта

	Прикосновение «+»	**Прикосновение «–»**
Выполнившие просьбу, %	46,7	28,3
Средний размер суммы, евро	0,68	0,57

Положительное воздействие прикосновения заметно и в проценте подчинения, и в среднем размере суммы. Второе исследование Гегена (Guéguen, 2001a) подтвердило эти результаты в ситуации, более привлекательной для субъекта. Молодая ассистентка подходила к прохожим на улице и просила их определить, насколько модно украшение, и заполнить анкету об этом. Результаты показали, что 65% в экспериментальном условии согласились на просьбу против 46% в контрольном условии. Геген и Фишер-Локу (2002) также показали, что прикосновение заставляет людей охотнее согласиться посторожить собаку незнакомого им человека, которому надо зайти в аптеку, находящуюся в нескольких метрах. Эту просьбу оправдывало то, что с собаками входить запрещалось. Поскольку собака была относительно крупной (до 50 кг) и весьма резвой, из «тронутых» лиц согласились 55% против 35% в условии контроля.

...и на неявную просьбу. Я уже неоднократно говорил о том, что для получения помощи совсем не обязательно формулировать ее конкретно. Субъект может оказать и спонтанную помощь. Так, Пауселл и Гольдман (1984) подходили к мужчинам и женщинам на улице, представляясь членами какого-нибудь литературного комитета. Они спрашивали субъекта, не согласится ли он ответить на четыре вопроса. В случае согласия (1,8% отказа) предлагалась анкета. Затем анкетер благодарил субъекта. В зависимости от условия, произнося благодарности, он касался или не касался рукой субъекта. Тотчас же после этого анкетер, поворачиваясь, «нечаянно» ронял анкету на землю. В этот момент и определялось, окажет ли субъект спонтанную помощь. Согласно результатам, 45% субъектов оказали свою помощь в условии предварительного прикосновения против 28% в контрольном условии.

Другие исследователи обнаружили, что прикосновение также способствуют проявлению субъектом большего терпения при ответе на длинную анкету со мно-

жеством личных вопросов. Так, студентам предлагали анкету из 150 вопросов, провоцирующих и вызывающих эмоции, спорных или затрагивающих самого опрашиваемого (гомосексуализм, смертная казнь, эвтаназия, расовая дискриминация, уклонение от уплаты налогов и т. д.). Наннберг и Хансен (1994) показали, что в среднем субъекты из числа тех, к кому прикоснулись, ответили на 96,5 вопроса (76,8 вопроса в контрольной ситуации). Разумеется, здесь касание не использовали в целях получения согласия на просьбу: в экспериментальной группе прикосновение (мимолетное касание руки) имело место при раздаче опросников.

Приведенные ниже исследования были выполнены в США, но, как и предыдущие, исследования прикосновения в случае неявной просьбы проводились во Франции, в стране, которая, напомним, считается страной контактной культуры. Геген (2001а) просил соучастника подходить к одинокому человеку на остановке автобуса и спрашивать дорогу. Соучастник представлялся студентом и держал в руке план и пакет с дискетами. Получив информацию, соучастник благодарил субъекта. В зависимости от условия, произнося благодарности, соучастник мимолетно касался или не касался руки субъекта. После этого он поворачивался, чтобы уйти. Но тут он «случайно» ронял содержимое коробки с дискетами на землю. Оценивалось, будет ли субъектом оказана помощь. Здесь также наблюдалось воздействие прикосновения, поскольку 93% субъектов помогли соучастнику в экспериментальной группе и 60% — в контрольной. Как видим, несмотря на культуральные различия, это не отражается на реакции субъектов на прикосновение.

Прикосновение и поведение потребителя

Покупка обычно предполагает социальный контакт. Стоун (Stone, 1954) показал, что просоциальное поведение продавцов имеет большое значение для поведения потребителя (Assael, 1987). Влияние продавца может зависеть в том числе и от невербальных факторов. Прикосновение способствует возникновению чувства близости между покупателем и продавцом. Так, некоторые исследователи высказали гипотезу, что прикосновение продавца к клиенту может вызвать симпатию и эмоционально вовлечь в ситуацию продажи, а следовательно, способствовать покупке.

Начало изучению роли прикосновения в торговле положил полевой эксперимент Смита и коллег (Smith, Gier et Willis, 1982). Основываясь на результатах предыдущих исследований прикосновений, они выдвинули гипотезу, согласно которой воздействие прикосновения на подчинение может распространяться и на просьбы коммерческого характера. Техника, которую они использовали, была очень простой. На входе в супермаркет установили стол для презентации продуктов и представляли новую марку пиццы. Демонстратор продукта подходил к клиентам магазина и просил их попробовать пиццу. Излагая свою просьбу, демонстратор касался или не касался субъекта в зависимости от условия. После того как субъект отходил от стойки, согласившись попробовать пиццу, другой человек подходил к нему и спрашивал его мнение о пицце, которую тот попробовал. Оценка производилась по шкале от 1 («неважно») до 10 («прекрасно»). Затем клиента благодарили и он шел по своим делам. Однако экспериментатор без его ведома шел за ним на некотором расстоянии, чтобы посмотреть, купит ли он эту пиццу. Следовательно, удалось установить сразу и количество людей, попробовавших пиццу, и количество тех, кто ее купил. Результаты представлены на рис. 3.6.

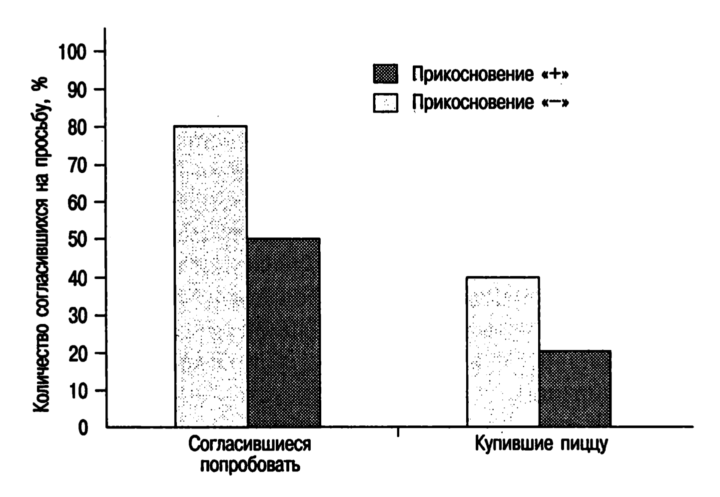


Рис. 3.6. Количество согласившихся попробовать пиццу и количество купивших ее впоследствии

Полученные результаты еще раз указывают на воздействие простого тактильного контакта. Прикосновение побуждало людей охотнее пробовать предлагаемый продукт, но также и купить его. Эти различия в целом не зависят от оценки продукта, поскольку обе группы показали почти идентичные оценки (8,65 в условии «касания» и 8,57 — в контрольном условии). Это говорит о том, что на потребительское поведение не повлияли ощущения вкусового качества изделия.

Эти результаты, которые на первый взгляд могут вызвать удивление, воспроизводились много раз. Так, Хорник (1992b) использовал эксперимент Смита и др. (1982) в другой стране, взяв на этот раз женщин для демонстрации изделий (аперитивов). В результате он получил ту же картину: 85% субъектов из экспериментальной группы согласились попробовать продукт против 65% из контрольной, тогда как процент покупки продукта достиг 64% в первой группе и 43% — во второй. Эффект прикосновения был воспроизведен снова в почти идентичном контексте, хотя 10 лет разделяли эти два исследования и проведены они были в разных странах (эксперимент Смита в США и Хорника — в Израиле). Следовательно, влияние простого тактильного контакта на поведение клиента мощно и стабильно.

Вариант этого эксперимента во Франции осуществил Геген (2001d) в таком контексте, где физическая близость между людьми имела большее значение. Сотни мужчин и женщин, делавших покупки в одном городке, не зная об этом, стали субъектами в эксперименте. Использовались открытые рынки в погожие и солнечные дни. К эксперименту привлекли продавцов ингредиентов для аперитива (оливки и овощи в разных соусах, сухофрукты и т. д.). Соучастник-продавец стоял в нескольких метрах перед столиком в потоке прохожих, держа в руке чашку с оливками в среднеостром соусе. Он останавливал прохожих, протягивал им чашку и говорил: «Попробуйте оливки и скажите мне, вкусны ли они». При этом соучастник либо касался, либо не касался предплечья человека в тот момент, когда его останавливал. Если человек не хотел пробовать, соучастник искал нового испытуемого. Если человек соглашался попробовать, соучастник протягивал ему

чашку и показывал рукой на столик, говоря, что у него есть 27 вариантов соусов, мягче или острее. Витрина находилась в трех метрах от соучастника и субъекта, а продавали изделия две молодые женщины. Соучастник-наблюдатель, который стоял на середине лестничного марша, откуда можно было наблюдать за происходящим экспериментом, отмечал, дотрагивались ли до человека, согласился ли он попробовать предлагаемый продукт и купил ли он что-либо у витрины. Когда человек покупал что-либо, его направляли к соседнему столику для оценивания сделанных им покупок. Полученные результаты представлены в табл. 3.14.

Таблица 3.14

Количество согласившихся попробовать, количество купивших и средний размер покупки в зависимости от условий эксперимента

	Прикосновение «+»	Прикосновение «–»
Согласившиеся попробовать, %	45,14	34,89
Купившие, %	39,45	28,82
Средний размер покупки, евро	3,18	3,21

Воздействие прикосновения заметно и в количестве согласившихся попробовать, и в количестве купивших. Однако на средний размер покупок клиента это не повлияло. Следовательно, в целом подтвердились результаты экспериментов Смита (Smith et al., 1982) и Хорника (Hornik, 1992b) в новом, коммерческом контексте и в другой культуре.

Конечно, презентация продукта — это особая ситуация, в которой характер отношений клиента и продавца играет наибольшую роль. К тому же клиент изначально не собирался этого покупать. В этом контексте рост симпатии, вызванной тактильным контактом, мог подвигнуть субъект на покупку. Однако не все коммерческие ситуации базируются на таком отношении.

Поэтому Хорник (1992a) попытался экспериментально оценить влияние прикосновения в более нейтральной ситуации. Эксперимент проводили в магазине большого города, заявившем о распродаже за два дня вперед. Когда клиент входил в магазин, к нему подходил служащий и вручал небольшой каталог — ценник товаров, новых продуктов в отделе и т. д. Во время этого краткого взаимодействия служащий касался или не касался руки клиента. В этот момент он обещал клиенту еще и талон на парковку. После хождения по магазину, в момент, когда клиент собирался попросить талон, позволяющий бесплатно вывести машину с подземной стоянки под магазином, интервьюер спрашивал его, не согласится ли он заполнить небольшую анкету на тему оценки магазина. Экспериментатор без ведома клиента регистрировал проведенное им в магазине время и количество сделанных покупок. Полученные результаты представлены в табл. 3.15.

Условие «прикосновение» отличается статистически от контрольного условия (без прикосновения) для всех трех вариантов. Как видим, прикосновение побудило клиентов провести больше времени в магазине, дать ему более высокую оценку и, наконец, больше потратить. При этом здесь во время прикосновения никаких просьб не высказывалось.

Таблица 3.15

Среднее из трех произведенных оценок в зависимости от условий эксперимента

	Прикосновение «+»	Прикосновение «–»
Среднее время, проведенное в магазине, минуты	22,11	13,56
Средний размер покупок, доллар	15,03	12,23
Оценка магазина (4 = благоприятная)	3,20	2,10

В приведенных выше исследованиях использовалась не совсем обыденная для субъектов ситуация, чем можно объяснить полученные результаты. Действительно, нас не встречает в магазине ежедневно демонстратор. Ситуацию более обыденную использовали Кауфмар и Махони (Kaufmar et Mahoney, 1999). В их эксперименте участвовали пары клиентов бара, сидящие за столиком. Пять официанток выполняли роль ассистенток. Официантка подходила к паре за столиком и сперва обращалась к тому сидящему за столиком, которого по условию эксперимента касаться было не надо, затем обращалась ко второму участнику с тем же вопросом. В зависимости от условия официантка при этом касалась или не касалась плеча клиента в течение 2–3 секунд. Никаких других тактильных взаимодействий не было. Заказ субъектов измеряли и переводили в унции пива (эквивалент алкоголя, содержащегося примерно в 30 сантилитрах пива). Результаты представлены в табл. 3.16.

Таблица 3.16

Среднее количество потребленного пива, унции

Прикосновение «+»		Прикосновение «–»	
Главный участник	Второй участник	Главный участник	Второй участник
28,9	24,9	20,6	21,5

Как видим, при прикосновении клиенты заказывали больше, чем при его отсутствии, равно как и их спутники. Вполне вероятно, что тот член диады, которого касались, выполнял определенный тип поведения, который предрасполагал второго члена диады к тому, чтобы заказать такое же количество.

Эти работы по воздействию прикосновения на поведение потребителя в естественных условиях представляются особенно убедительными и охватывающими широкий диапазон поведения потребителя. Теперь рассмотрим другой аспект влияния прикосновения на поведение, которое можно отнести некоторым образом к категории поведения неявной помощи.

Прикосновение и скрытая помощь потребителя: чаевые. Факторы, которые влияют на размер чаевых, оставляемых клиентом официанту, уже много лет назад стали предметом систематических исследований, особенно в США, где чаевые приносят существенный доход официантам и барменам. Некоторые из этих факторов напрямую зависят от официантов. Удалось показать, что цветок в волосах официантки существенно увеличивал чаевые, которые она получала (Stillman et

Hensley, 1980). Наблюдался также положительный эффект привлекательности официантки (Lynn, Zinkhan et Harris, 1993), числа посещений столика (Fitzsimmons et Maurer, 1991), представления официанта при встрече клиента (Garrity et Degelman, 1990). Вполне естественно, что некоторые исследователи изучали воздействие прикосновения в рамках этой парадигмы. Первое исследование такого типа провели Круско и Ветцель (Crusco et Wetzel, 1984), применившие экспериментальную технику в естественной и обыденной обстановке: в ресторане. Официантка после вручения клиенту счета, касалась или не касалась его. В условии прикосновения официантка либо касалась плеча клиента в течение секунды, либо дважды дотрагивалась до руки клиента в продолжение половины секунды. В контрольном условии официантка вела себя так же, обслуживала клиента так же и т. д., но не прикасалась к нему. После того как счет был оплачен, клиенту давали анкету со шкалой из девяти слов для оценки качества предоставляемых услуг (вежливость, приветливость и т. д.) и атмосферы ресторана (отвратительная, комфортная и т. д.). Полученные результаты еще раз подтвердили положительное воздействие прикосновения. В контрольном условии норма оставленных чаевых составила по отношению к средней в среднем 12,2% (соответствует обычной норме), при условии касания плеча клиента она составила 14,4 и 16,7% — при касании его руки в два приема. В целом прикосновение как таковое позволило получить больше чаевых. Наблюдались половые различия: мужчины после прикосновения оставляли чаевых в среднем на 15,3% больше, а женщины — на 12,6%. Что касается оценки ресторана, то прикосновение на нее, по-видимому, не повлияло. И наконец, не наблюдалось никакой корреляции между оставленными чаевыми и оценкой ресторана. Согласно этим авторам, действие прикосновения было кратковременным.

Стефен и Цвейгенхафт (Stephen et Zweigenhaft, 1986) модифицировали предыдущий эксперимент. Они исследовали эффективность прикосновения в зависимости от того, касалась или не касалась официантка мужчины или женщины, которые обедали в одиночестве. Официантка получила значительно больше чаевых, но только в случае прикосновения к женщине. Кажется, что эти результаты противоречат тем, что получили Круско и Ветцель. Возможно, причиной этому было сочувствие, порожденное принадлежностью к одному полу. Хотя эта разница результатов, обусловленная полом, и интересна, ее трудно интерпретировать. Так, Линн с соавторами (Lynn, Le et Sherwyn, 1998) в своем исследовании, проведенном в США (так же, как и два предыдущих исследования), не выявили отличий в реакции на прикосновение у мужчин и женщин. Поэтому трудно пока делать обобщения. Немного позже мы вернемся к этому аспекту рода и увидим, что речь идет об эпифеномене.

Чтобы лучше понять психологический механизм, объясняющий влияние прикосновения на размер чаевых, Хорник (1992b) провел эксперимент, касающийся оценки официанта и ресторана клиентами. Эксперимент проводился в Израиле. Здесь субъектами также были смешанные пары. Когда клиенты заканчивали обедать, официант спрашивал, все ли было хорошо, и дотрагивался до руки одного из них (прикосновение длилось одну секунду). Когда они покидали ресторан, экспериментатор, который ждал на выходе, просил клиентов заполнить анкету, содержащую шкалу оценок официанта (хороший/не очень), а также ресторана (качество хорошее/плохое). Полученные результаты представлены в табл. 3.17.

Таблице 3.17

Средний размер чаевых и оценки официанта и ресторана в зависимости от условий эксперимента

	Прикосновение «+»	Прикосновение «–»
Размер оставленных официанту чаевых, %	17,68	14,50
Оценка официанта (+4 = очень хорошо)	3,16	2,24
Оценка ресторана (+4 = наивысшая)	2,77	2,18

В общем статистическая разница присутствовала между условием «прикосновения» и контрольным условием для всех трех рассматриваемых величин. Более того, была отмечена корреляция между оценкой официанта и размером чаевых. Этот результат интересен, так как позволяет предположить, что при прикосновении официанта воспринимают более положительно и дают ему больше чаевых.

Независимо от того, была ли изложена просьба открыто или присутствовала имлицитно, результаты приводят к одному и тому же выводу: прикосновение увеличивает вероятность подчинения субъекта по отношению к просьбе экспериментатора. Прикосновение представляется мощным механизмом влияния на поведение другого. Оно побуждает субъекта действовать. Фактически некоторые исследователи использовали этот механизм активации, чтобы воздействовать на поведение другого.

Прикосновение и мотивация

Мечта педагога, воспитателя, учителя — вызвать спонтанную мотивацию к демонстрации такого позитивного поведения, как прилежание в учебе, соблюдение правил, участие в работе класса... но равным образом и уменьшить свое беспокойство, свои страхи. В этом случае очевидно, что тот, кто состоит в таких отношениях, сам является субъектом. Мы увидим, что и здесь прикосновение может прийти на помощь тому, кто хочет изменить поведение другого.

Прикосновение и здоровье. Витчер и Фишер (Whitcher et Fisher, 1976) в своем исследовании наглядно продемонстрировали воздействие прикосновения, которое целенаправленно использовали для вызова поведения, по сути, полезного самому субъекту. Эксперимент проводился с пациентами больниц, которым предстояло хирургическое вмешательство. Через некоторое время после поступления пациента медсестра объясняла ему, в чем будет заключаться хирургическая операция. В зависимости от условия она касалась или не касалась руки пациента. Затем она вручала ему брошюру с подробной информацией об операции. Когда она вместе с пациентом в течение приблизительно одной минуты изучала эту брошюру, ее рука лежала (или не лежала) на руке пациента. Результаты показали, что пациенты, до которых дотрагивались, гораздо лучше изучили брошюру, врученную им медицинской сестрой. Еще более удивительный эффект прикосновение оказало на степень тревоги пациента. Прикосновение приводило к уменьшению этой тревоги, а также к менее аверсивному восприятию госпитализации. В то же время прикосновение оказывало физиологическое воздействие. Эффект проявлялся в снижении диастолического и систолического давления как до, так и по-

сле операции. Возможно, этот эффект был следствием снижения тревоги у пациентов.

Итон, Митчелл-Бонэр и Фридман (Eaton, Mitchell-Bonair et Friedman, 1986) продолжили исследования и изучили влияние прикосновения на людей, страдающих от серьезных болезней. Эти авторы поставили свой эксперимент в специализированном доме престарелых для людей, страдающих хроническими органическими церебральными нарушениями (потеря речи, болезнь Паркинсона и т. п.). Испытуемыми были женщины , в среднем в возрасте 85 лет. Одной из главных проблем у этого типа пациентов является риск анемии, возникающий из-за плохого питания: эти люди едят мало или вообще отказываются от еды. В этом исследовании были выделены три периода наблюдений. Каждый продолжался 5 дней (5 дней перед экспериментом, 5 дней проведения эксперимента и 5 дней после эксперимента). Субъекты находились в столовой, и персонал уговаривал их поесть. В продолжение фазы 2 (в экспериментальном условии) во время еды персонал, уговаривая пациента поесть, на миг касался его предплечья. Касание производилось пять раз за весь период часового взаимодействия. Используемые зависимые переменные брались из расчета числа калорий и белков, поглощенных пациентами, которым, разумеется, давали то же питание и в том же количестве. Полученные результаты представлены в табл. 3.18.

Таблица 3.18

Среднее число калорий и белков, полученное в разных фазах

	Калории		Белки	
	Без касания	Касание	Без касания	Касание
Фаза до эксперимента	635,6	573,0	36,0	32,0
Фаза эксперимента	591,4	735,2	34,8	43,4
Фаза после эксперимента	611,6	725,2	35,9	44,0

Напомним, что фаза до эксперимента соответствует фазе обычного взаимодействия с пациентами. Поэтому это просто случайность, что в экспериментальную группу попали пациенты, потреблявшие до того в среднем меньше белков и калорий.

В фазе эксперимента половина субъектов подвергалась тактильному контакту в пять приемов. Влияние на пищевое поведение было заметно сразу же. Они потребляли статистически больше калорий и белков. Эта разница была получена как в сравнении этой группы с контрольной (без касания), так и в сравнении средних величин этой группы со средними величинами той же группы до эксперимента. В то же время никакой разницы между двумя фазами в контрольной группе не наблюдалось. В последней фазе также можно констатировать различие между контрольной и экспериментальной группами. Эти результаты были подтверждены в другом исследовании с другой популяцией пациентов, страдающих серьезными заболеваниями (болезнь Альцгеймера, расстройство сознания после травмы сосудов головного мозга и т. д.) (Lange-Alberts et Shott, 1994).

В рамках собственно терапевтического взаимодействия также наблюдалось положительное влияние прикосновения на поведение пациента. Разумеется, мы

говорим здесь не о тактильном контакте типа массажа или ласки, которому посвящена обширная литература, показывающая его воздействие на уменьшение агрессии, потребления алкоголя, стрессов на работе (Field, 1998, для журнала). Речь идет о влиянии мимолетного тактильного контакта в рамках терапевтических отношений между индивидуумом (пациентом) и терапевтом или консультантом. Жерар и Фридман (Jourard et Friedman, 1970) также показали, как во время первого посещения психолога простой тактильный контакт побуждал пациента больше говорить о своих проблемах, особенно интимных. Более того, этот эффект усиливается при повторении прикосновения. В то же время это ведет к более положительной оценке терапевта.

Паттисон (Pattison, 1973) наблюдал такое же положительное воздействие простого тактильного контакта. В его исследовании университетские психологи работали со студентами и должны были, согласно инструкции, в половине случаев пять раз коснуться руки своего пациента во время первого сеанса, который длился 50 минут. Содержание сеанса затем оценивалось методом судей с целью определения количества баллов того, что Патиссон назвал самораскрытием: фактически очень личным, очень интимным самораскрытием, которого неявным образом добивался врач. Сравнение экспериментальной группы с контрольной показало более высокий уровень самораскрытия при условии тактильного контакта. Следовательно, прикосновение имеет большое значение для растормаживания поведения пациента.

Прикосновение, по-видимому, способствует также мотивации к более длительным терапевтическим отношениям. Так, Бакорн и Диксон (Bacorn et Dixon, 1984) просили психологов касаться своих клиентов при первой терапевтической беседе, проводимой со студентами, которые пребывали в крайней нерешительности по поводу того, что им делать дальше в жизни. На этот раз предусмотрены были четыре тактильных контакта на протяжении беседы, занимавшей 30–35 минут. Целью было побудить студентов прийти еще раз для обсуждения своих проблем. Здесь субъект был свободен решить, приходить или нет на следующий сеанс. Результаты показали, что по окончании первой беседы 50% из экспериментальной группы выказали желание прийти на следующую встречу против 30% из контрольной группы (без прикосновений).

Мы привели здесь только несколько примеров исследований, посвященных влиянию тактильных контактов в сфере здоровья. Так, Холлингер (Hollinger, 1986), изучая связь между использованием прикосновения медсестрами и продолжительностью и частотой вербальных ответов пациентов, показал, что прикосновение увеличивает длительность и частоту вербальных взаимодействий. Исследования Фишера и Джозефа (Fisher et Joseph, 1989) продемонстрировали, что прикосновение медсестер улучшает эмоциональное состояние пациентов. К тому же медсестры оцениваются как более заботливые. Вейсс (Weiss, 1990) говорит об уменьшении беспокойства у пациентов, страдающих сердечными заболеваниями. Можно утверждать, что существует обширное поле для применения тактильных контактов в медицине. Работы, которые мы приводим, относительно недавние (менее 15 лет) и позволяют ожидать значительной эволюции знаний и применения прикосновения в ближайшее десятилетие, особенно если будет использоваться такая методология исследований. Обширная область применения и высокая эффективность прикосновения хорошо объясняют тот факт, почему

в престижную медицинскую школу Университета Майами входит единственный в мире *Touch Research Institute* (Институт изучения осязания)[1], работы которого ориентированы в основном на воздействие прикосновений в физиологической, психологической и коммуникационной областях.

Прикосновение и педагогика. Основой педагогики является поощрение учащихся, студентов. С этой точки зрения невербальное поощрение может оказать свое влияние. Вполне естественно, что прикосновение изучалось в этом контексте; например, изучалось его воздействие на учебное поведение. Получаемые результаты в отношении как детей, так и взрослых не перестают убеждать нас в значении этого фактора для наших социальных отношений.

Значение тактильного контакта в педагогических взаимодействиях очень хорошо характеризует эксперимент Стюарда и Лупфера (Steward et Luppfer, 1987). Эти исследователи прослеживали влияние прикосновения на успехи студентов. Прослушав курс, студенты сдавали первый экзамен. Их информировали о том, что перед вторым экзаменом будет краткая беседа с преподавателем: цель этой беседы состояла в том, чтобы выявить имеющиеся у них проблемы и найти способ улучшить их результаты. Во время беседы, длившейся 10 минут, студент и преподаватель обсуждали экзамен. Преподаватель говорил о пробелах студента, давал ему советы. В течение этой фазы преподаватель два раза две-три секунды прикасался к руке субъекта без пожатия. Второй экзамен был спустя две недели. Полученные результаты представлены на рис. 3.7. Зависимой переменной была разница в оценках на втором экзамене относительно первого: положительная величина означает улучшение результата, тогда как отрицательная — снижение.

Как мы видим, прикосновение побудило студентов улучшить свои результаты на втором экзамене, тогда как в контрольной ситуации показатели снизились. Поскольку напутствия в обоих случаях были одинаковыми, то это, по-видимому, было результатом тактильного контакта, установленного преподавателем.

Прикосновение оказывает также положительное влияние на поведение на занятиях. Велдолл с соавторами (Wheldall, Bevan et Shortall, 1986) в своем исследовании продемонстрировали, что прикосновение побуждает детей больше интересоваться заданиями и меньше нарушать дисциплину в классе. В своем эксперименте исследователи просили учителей прикасаться к своим ученикам в момент,

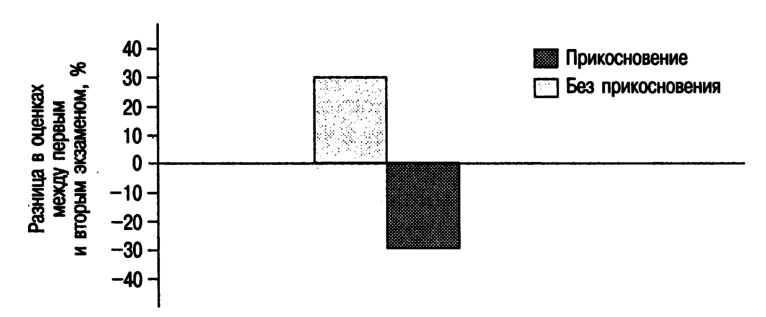


Рис. 3.7. Разница в оценках между первым и вторым экзаменом в экспериментальных условиях

[1] Сайт в Интернете и публикации этого института можно найти по следующему адресу: http://www.miami.edu/touch-research

когда они хвалят их за результаты или за поведение. В контрольной группе учителя вербально поощряли учеников точно так же, но без тактильного контакта. Присутствовавшие в классе наблюдатели измеряли число нарушений дисциплины (ученики вставали без разрешения, отвлекались и шумели, смеялись и т. д.) и поведение, указывающее на увлеченность учеников ходом урока (приносили нужные для урока или упражнения школьные принадлежности, были сосредоточенными и т. п.). В двух разных классах число нарушений дисциплины снизилось почти на 60% после введения этой формы невербального поощрения. В то же время поведение учеников, свидетельствующее о наличии интереса к учебе, стало демонстрироваться чаще более чем на 20% (сосредоточенность, проверка слова по словарю, обращение к предыдущим упражнениям).

Ховард (1988) просил руководителей дотрагиваться до плеча некоторых работников во время фазы физического труда, которая длилась от 20 до 40 минут. Здесь прикосновение осуществлялось несколько раз. По окончании этой фазы субъектов просили оценить руководителя, задание и мотивацию каждого субъекта к работе над проектом и для руководителя. Результаты показали, что в общем отношение к работе было в условии прикосновения более положительным (75%), чем в условии без прикосновения (21,4%). Также была получена и более сильная мотивация к работе с руководителем (57,1%) в условии прикосновения против 15,4% в условии без прикосновения. Помимо этого, руководитель оценивался как более дружелюбный и готовый оказать помощь (70% в экспериментальной и 30 в контрольной ситуации).

Представленные эксперименты проводились в основном в англоязычных странах (Великобритания, США), т. е. в культурах, которые считаются «слабоконтактными». Те же результаты были получены и во Франции, культуре «контактной». Были осуществлены и некоторые эксперименты в области педагогики. Геген (Guéguen, *a*, в печати) поставил эксперимент со студентами первого курса социологического факультета во время занятий по статистике. Преподаватель, который руководил работой, подходил проверить решение задачи. Он помогал студенту и поощрял его продолжать следующим образом: «Вы хорошо начали. Хорошо! Так и продолжайте». Если задача была решена и ответ был правильным, преподаватель говорил: «Хорошо. Вы все поняли». Если допускалась ошибка, преподаватель тоже хвалил студента, а затем помогал ему найти правильное решение. Во всех случаях, отходя, преподаватель прибавлял: «Хорошо. Хорошая работа». В этот момент, как бы случайно, преподаватель касался или не касался руки студента в течение одной секунды. Затем он отходил, и вся процедура повторялась с другим студентом. После проверки четвертого студента-субъекта преподаватель говорил аудитории: «Ну а теперь посмотрим, как решается задача. Кто хочет пойти к доске?» Обычно поднималось множество рук, и преподаватель отмечал, есть или нет среди желающих те четыре студента-субъекта. Полученные результаты представлены на рис. 3.8.

Таким образом, прикосновение оказало положительное воздействие на желание студентов ответить у доски. Эти результаты подтверждаются в последних работах, посвященных невербальной коммуникации и педагогическим взаимодействиям. Альберс (Albers, 2001) показал, что действия, направленные на ободрение учащихся (улыбка, прямой визуальный контакт и т. д.), приводят к более активному участию членов группы в обсуждении в рамках профессионального обуче-

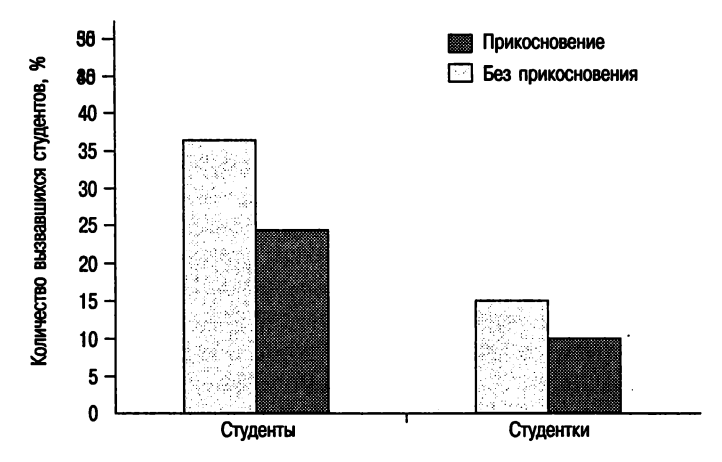


Рис. 3.8. Количество студентов, вызвавшихся выйти к доске, в зависимости от наличия или отсутствия прикосновения

ния взрослых. Точно так же Кристофель (Christophel, 1990) показал, что те же невербальные действия повышают мотивацию к обучению у студентов. Эти результаты были неоднократно воспроизведены, что доказывает силу факторов невербального поощрения (Allen et Shaw, 1990; Jaasma et Koper, 1999), и в довершение всего были получены в разных культурах (McCroskey, Sallinen, Fayer, Richmond et Barraclough, 1996). Однако в этих работах использовалось много видов невербального поощрения и прикосновение редко использовалось в качестве независимой переменной. Описанное выше исследование со студентами, пожелавшими выйти к доске решать задачу, кажется, показывает, что одного прикосновения достаточно для положительного воздействия на поведение учащегося.

Прикосновение и поведение в ситуации посредничества

В последнее время предметом исследования стал другой аспект влияния прикосновения — в ситуации посредничества.

Посредничеством обычно называется вмешательство третьего лица в переговоры, которое прилагает усилия, чтобы помочь или повлиять на стороны в конфликте с целью согласования или принятия общего решения (Zartman et Touval, 1985; Pruitt et Rubin, 1986). Разумеется, с этой точки зрения имеет значение статус посредника, и экспериментальные исследования показывают, что посредники с более высоким статусом имеют больше возможностей повлиять на обе стороны (Idaszak et Carnevale, 1989; Harris et Carnevale, 1990; McGillicuddy, Welton et Pruitt, 1989).

Исследователи указывают на роль невербальной коммуникации в рамках переговоров и посредничества (Podell et Knapp, 1969; Meeker et Shure, 1969; Fischer-Lokou et Guéguen, 1997). Однако следует отметить один парадоксальный момент. Хотя признают, что невербальная коммуникация может играть существенную роль в переговорах (Rubin et Brown, 1975), она практически не изучалась в области посредничества. Но упомянутые выше работы по влиянию прикосновения позволяют предположить, что оно может быть одним из ключевых факторов при разрешении конфликта.

Так, Фишер-Локу и Геген (2000) исследовали воздействие прикосновения посредника в ситуации переговоров. В эксперименте субъекты (студенты), разбившись на пары, моделировали ситуацию переговоров, в которую вмешивался посредник, предлагая решение двум сторонам в конфликте. Каждому субъекту выдавали досье, в котором приводились сведения относительно реактивов *PVC* и *PET*. Первый был дешевым, но не безопасным для окружающей среды после его утилизации, а второй — более дорогим, но и экологически более чистым. Студенты были якобы сотрудниками одного предприятия, занимающегося очисткой воды, и должны были решить, какой реактив использовать. Половина розданных досье содержала аргументы в пользу *PVC*, а другая — в пользу *PET*. Субъекты должны были отстаивать аргументы, которые содержались в том досье, которое они получили, и им было поставлено условие, чтобы они сделали все для достижения согласия. Им было сказано, что посредник придет за 10–15 минут до конца дискуссии. Тот предлагал решение, в котором сочетались преимущества того и другого варианта. Этот посредник аргументировал свое предложение и в ходе этого взаимодействия касался в течение одной-двух секунд руки или плеча переговорщиков. В контрольной ситуации посредник делал то же предложение без тактильного контакта. После ухода посредника субъектам давалось еще 10 минут, чтобы договориться. Затем смотрели, сколько пар студентов согласилось на предложение посредника. Результаты представлены на рис. 3.9.

В экспериментальной ситуации предложение посредника приняло большее количество студентов. Это значит, что к посреднику больше прислушивались, когда его аргументация сопровождалась тактильным контактом. Этот новый контекст влияния тактильного контакта, как мы уже говорили, — весьма многообещающее поле для исследований.

Прикосновение — мощный фактор влияния. Работы, которые мы только что рассмотрели, говорят о сильном влиянии прикосновения. С одной стороны, прикосновение увеличивает абсолютное подчинение в среднем на 20%, т. е. значительно больше, чем такие техники, как «нога-в-дверях» и «дверью-по-носу». С другой стороны, оно оказывает воздействие на широкий спектр действий

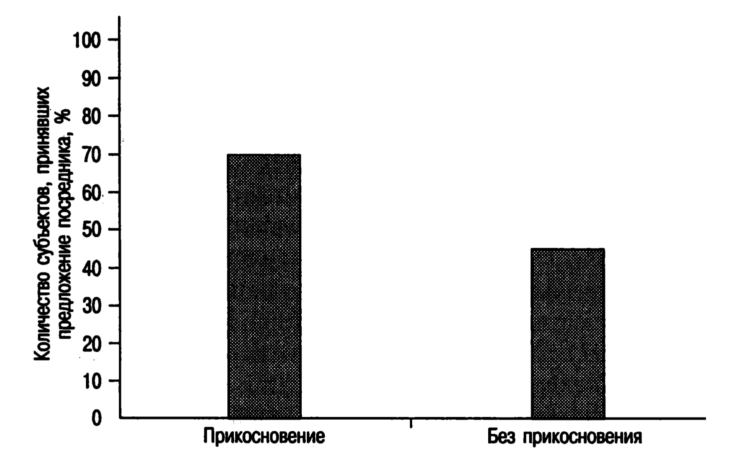


Рис. 3.9. Количество субъектов, принявших предложение посредника, в зависимости от наличия/отсутствия тактильного контакта

(помощь другому, поведение в классе, поведение потребителя и т. д.). К тому же большинство субъектов не осознают этого контакта. Насколько нам известно, один только эксперимент Фишера и коллег (Fischer, Rytting et Heslin, 1976) содержал в своей модели статистический анализ этого осознания/неосознания тактильного контакта. По их наблюдениям, 57% субъектов (студенты, получающие книги) осознавали тактильный контакт, осуществляемый экспериментатором (работником библиотеки). Однако эти авторы не наблюдали никакого влияния этой переменной на взаимодействие. Все же в этом исследовании не рассматривалось влияние прикосновения на выполнение просьбы. Насколько нам известно, исследований влияния осознания прикосновения на подчинение просьбе не существует. Паттерсон с соавторами (Patterson, Powell et Lenihan, 1986) показали, что когда экспериментатор касался плеча субъекта в течение одной секунды, одновременно прося его помочь оценить результаты опроса, только 3% субъектов помнили об этом контакте. Однако по причине малой выборки оценить влияние этого осознания невозможно.

Недавно было проведено более широкое исследование. Геген посылал молодых помощниц просить женщин на улице ответить на письменную анкету по поводу браслета, который им показывали. Излагая свою просьбу, помощница касалась или не касалась испытуемой. После заполнения анкеты помощница забирала ее, благодарила и просила ответить на последний вопрос, не имеющий отношения к предыдущим. Вопрос был следующий: «Когда я подошла к вам с этой просьбой, я касалась вашего предплечья в течение двух секунд. Вы это заметили?». Этот вопрос задавался и испытуемым из контрольной группы. Помощница регистрировала ответ испытуемой. Тех лиц, которые отказались заполнить анкету после прикосновения, помощница настоятельно просила ответить на единственный вопрос, относящийся к ее поведению. Вопрос задавался точно такой же. В условии прикосновения 67% лиц согласились заполнить анкету против 43% в контрольном условии, что еще раз подтверждает положительное воздействие прикосновения на принятие просьбы. Из 155 субъектов в условии прикосновения 28% заявили, что помнят о таком контакте. Такой процент уже позволяет разделить индивидуумов на осознавших и не осознавших тактильный контакт. Это разделение представлено в табл. 3.19.

Таблица 3.19

Количество принявших просьбу в зависимости от осознания прикосновения, %

Осознание тактильного контакта	Принятие просьбы	
	Да	Нет
Контрольная группа (N = 72):		
• Да (N = 0)	0,0	0,0
• Нет (N = 72)	43,1	56,9
Экспериментальная группа (N = 155):		
• Да (N = 43)	60,4	39,6
• Нет (N = 112)	69,9	30,1
N — число субъектов в данном условии.		

7 Зак. 1014

Хотя и заметна небольшая разница, она статистически незначима. Фактически первоначальное осознание тактильного контакта не повлияло на принятие просьбы. Нас не удивляет отсутствие корреляции между прикосновением и осознанием этого контакта, так как социальной психологии сейчас уже известно, что при подчинении субъекты часто не способны объяснить, почему они вели себя так или иначе.

Механизмы, объясняющие эффект прикосновения

Таким образом, влияние прикосновения на подчинение просьбе было продемонстрировано в целом ряде экспериментов, но эмпирически подтвержденной теории, объясняющей механизм этого феномена, пока не существует. Следует отметить, что прикосновение оказывает весьма разносторонее воздействие в самых разнообразных ситуациях, поэтому вряд ли этот феномен возможно объяснить одной-единственной гипотезой. Метаанализы последних лет хорошо показывают, что монофакторные гипотезы вообще непродуктивны. Например, недавно работа Бергера, касающаяся техники «нога-в-дверях» (Burger, 1999), продемонстрировала, каким образом на эффективность техники может влиять множество факторов. То же можно сказать и о прикосновении.

Прикосновение и положительное восприятие прикосновения. Силверторн с соавторами (Silverthorne, Noreen, Hunt et Rota, 1972) первыми указали на необходимость исследования влияния прикосновения на восприятие. В их эксперименте субъекты воспринимали геометрические фигуры как более эстетичные, если перед этим экспериментатор дотрагивался до их плеча. Однако исторически первым экспериментальным исследованием влияния прикосновения на оценочное суждение была работа Фишера и коллег (Fischer, Rytting et Heslin, 1976). Оно проводилось в библиотеке. Авторы просили библиотекаря (в зависимости от условия мужчину или женщину) касаться или не касаться руки студента в момент выдачи ему абонемента. После этого к студенту подходил экспериментатор и спрашивал его, не согласится ли он заполнить анкету по поводу оценки библиотеки и работающего в ней персонала с целью улучшения качества обслуживания. Оценивать нужно было по четырем шкалам антонимичных прилагательных (дружелюбный/недружелюбный, услужливый/неуслужливый и т. д.) и библиотеки (удобная/неудобная, хорошая/плохая и т. д.). В опроснике содержалась также и мера настроения субъекта (счастливый/грустный, хорошее настроение/плохое настроение и т. д.). Согласно результатам, когда к студентам прикасались, они позитивнее оценивали не только персонал, но и библиотеку в целом.

Это положительное воздействие прикосновения на оценочные суждения, касающиеся людей и помещений, наблюдалось много раз (Burgoon et Koper, 1984; Burgoon, Walther et Baesler, 1992). Барнхауз (Barnhouse, 1998) недавно показал следующее: когда студента первого курса психологического факультета касался студент второго курса в рамках курирования, оценка последнего по окончании работы была лучше, чем в условии отсутствия тактильного контакта. Причем половых различий отмечено не было. В коммерческом контексте наблюдался тот же эффект. Хорник (Hornik, 1992*a*) показал, что, когда руки клиента, входившего в супермаркет, касался служащий, который раздавал буклеты с актуальными скидками, средний балл оценки магазина, измеренный с помощью шкалы от 1 (означа-

ющей «плохой») до 5 («хороший»), был выше в условии прикосновения (М = 3,2), чем при отсутствии такого контакта (М = 2,1). В другом исследовании Хорник (1992*b*) показывает, что прикосновение официанта (официантки) к клиенту в момент вручения счета побуждает клиента выше оценивать профессиональные качества официанта — шкала из 9 ступеней от +4 («хорошее обслуживание») до –4 («плохое обслуживание»), — чем при отсутствии такого контакта (М = 3,16 при касании против М = 2,24 при отсутствии тактильного контакта). Кроме того, этот исследователь обнаружил также, что прикосновение способствует и более высокой оценке ресторана (по той же шкале от +4, означающей «высшее качество», до –4, означающей «низшее качество»): М = 2,77 в условии касания против М = 2,18 в условии «контроля».

В этом последнем исследовании оценка осуществлялась через 10–15 минут после тактильного контакта, но и здесь прикосновение, по-видимому, способно оказать длительный эффект. Так, Выкофф и Холли (Wycoff et Holley, 1990) продемонстрировали, что пассажиры, до которых через несколько минут после взлета самолета дотрагивался кто-либо из экипажа, впоследствии, через много часов, более позитивно оценивали профессиональные качества экипажа самолета. Тот же эффект наблюдался в описанном выше исследовании воздействия прикосновения посредника в ситуации переговоров (Fischer-Lokou et Guéguen, 2000).

Исследователями было также выявлено положительное воздействие прикосновения на оценку человека, с которым испытуемого связывают близкие отношения или продолжительные контакты (Alagna, Whitcher, Fisher et Wicas, 1979). Когда они, ведя психотерапевтическую беседу с клиентом на очень личные темы, неоднократно прикасались к нему во время первого сеанса, то это вело к улучшению у клиента впечатления от сеанса. Это впечатление оценивали с помощью шкалы из 12 антонимичных прилагательных (хороший/плохой, полезный/бесполезный и т. д.), в сумме дающей 82 балла для максимально положительной оценки. Оказалось, что в условии тактильного контакта оценка была более положительная (М = 68,9), чем в контрольном условии (М = 63,1). Эти результаты не зависели от половой принадлежности психотерапевта. Положительное воздействие прикосновения в контексте психологической консультации было обнаружено и в других работах (Durana, 1998; Stockwell et Dye, 1980). Хаббл с соавторами (Hubble, Noble et Robinson, 1981) продемонстрировали такое же положительное воздействие прикосновения на оценку компетентности психолога: клиенты в конце сеанса, длившегося 45 минут, оценивали психолога как более знающего, если последний в ходе сеанса прикасался к ним. Хорник (1987) также продемонстрировал влияние такого контакта на оценку в другом контексте. В его эксперименте анкетер, который касался человека при обращении к нему с просьбой, впоследствии был оценен как действующий более профессионально.

Итак, установлено, что краткий тактильный контакт побуждает субъекта лучше оценивать экспериментатора. Остается установить связь между позитивным восприятием просителя и подчинением просьбе. Здесь существуют многочисленные доказательства, полученные экспериментальным путем. Так, Бэрон (Baron, 1971) продемонстрировал, что субъекты чаще подчиняются просьбам авторитетных лиц. Эти результаты подтвердил Риган (Regan, 1971). Такемура (1993) показал такую же линейную зависимость между уважением и помощью.

Этот эффект наблюдается еще и тогда, когда между субъектом и носителем просьбы существуют отношения власти и когда просьба является трудоемкой. В эксперименте Гросса и коллеги (Gross, Wallston et Piliavin, 1975) соучастница в зависимости от условия либо встречала субъекта (студента), пришедшего принять участие в эксперименте, приветливо (говорила ему, что он пришел вовремя и что она уважает пунктуальных людей), либо неприветливо (выражала неудовольствие по поводу опоздания, тут же констатировала, что его не было, но не извинялась). Затем она вручала опросник субъекту, который нужно было заполнить на месте. Экспериментатор продолжала демонстрировать удовольствие или неудовольствие субъектом. После заполнения субъектом опросника его принимал в другом месте второй экспериментатор, который давал ему второе задание, также состоявшее в заполнении опросника. После того как субъект справлялся с этим опросником, второй экспериментатор обращался от имени экспериментатора-женщины, которая просила принять участие в другом ее эксперименте. В условии высоких затрат субъекту говорили, что ему нужно прийти завтра для заполнения опросника, а в условии низких затрат ему говорили, что он может сделать это дома и отправить в конверте, который будет выдан. Полученные результаты представлены на рис. 3.10.

В этом исследовании положительная оценка коррелировала с первым типом приема, а отрицательная оценка — со вторым типом приема. Очевидно, что этот фактор оказывает большое влияние на согласие человека оказать помощь в дальнейшем.

Вероятно, это означает, что тактильное поведение просителя вызывает более положительную оценку и располагает субъекта охотнее согласиться на его просьбу. К сожалению, мы еще не располагаем достаточной эмпирической базой для поддержки этого объяснения.

Хорошее настроение как результат прикосновения. Многие исследователи, занимавшиеся прикосновением, называли индукцию хорошего настроения в качестве возможного объяснения влияния тактильного контакта на подчинение просьбе (Hornik, 1992*a*; Howard, 1988; Nannberg et Hansen, 1994). Более того, уда-

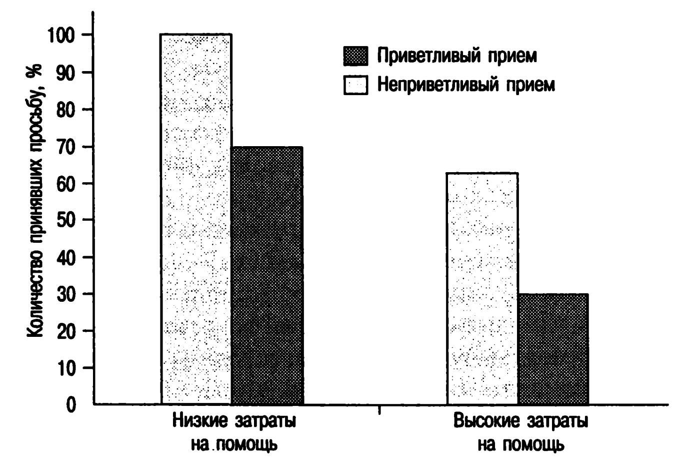


Рис. 3.10. Количество субъектов, принявших участие в эксперименте, в зависимости от поведения, предшествующего просьбе, и затрат на участие

лось показать, что прикосновение часто вызывает хорошее настроение. По этому поводу мы можем вспомнить эксперимент, поставленный Фишером и коллеги (Fisher, Rytting et Heslin, 1976) и подробно описанный нами выше. Те же результаты были получены и Ховардом (Howard, 1988; см. выше). Действительно, можно допустить, что индукция такого состояния путем прикосновения располагает субъекта не только согласиться на просьбу, но даже спонтанно помочь другому и, как мы видели, потратить больше денег в магазине или в баре.

На сегодня мы располагаем данными множества исследований, которые демонстрируют, что хорошее настроение, вызванное у субъекта, ведет к оказанию им помощи в большем размере (Bizman, Yinin, Ronco et Schachar, 1980; Forgas, 1998, 1997; Harris et Smith, 1975; Job, 1987; Levin et Isen, 1975; Rind, 1997; Weyant, 1978). Этот вызов хорошего настроения может осуществляться многими способами, и часто бывает достаточно какого-нибудь пустяка. Факт находки мелочи в телефонной будке или на земле может оказаться достаточным, чтобы привести человека в хорошее настроение (Batson, Coke, Chard, Smith et Talaferro, 1979; Blevins et Murphy, 1974; Isen et Levin, 1972; Isen et Simmonds, 1978; Levin et Isen, 1975). Предложение конфеты или пирожка вызывает хорошее настроение (Harris et Smith, 1975; Isen et Levin, 1972).

Такой же эффект могут оказывать и факторы среды. Например, известно, что в солнечные дни официантам оставляют больше чаевых (Cunningham, 1979). Ринд (Rind, 1996) также показал в своем исследовании, что простое сообщение клиенту отеля, который еще не выходил на улицу, о том, что погода хорошая, влияет на размер оставляемых чаевых. И наконец, приятный аромат шоколада или другого продукта в магазине приводит к увеличению числа покупок (Baron, 1997). Приятная музыка оказывает положительное влияние на оказание помощи (Galizio et Hendricks, 1972). Можно также создавать у людей хорошее настроение, представляя их вниманию приятные тексты или визуальные образы (Forgas, 1998, 1997). Например, юмористический рисунок способен вызвать хорошее настроение и как следствие — оказание помощи другому. Нарисованная улыбающаяся рожица под ресторанным счетом увеличил размер чаевых, оставленных официантке (Rind et Bordia, 1996). Процент водителей, остановившихся, чтобы взять путешествующих автостопом, увеличивался, если на их поднятых плакатах с пунктом назначения был такой же рисунок (Guéguen, 2001*b*). То же относится и к нарисованному солнцу, которое увеличило размер чаевых, оставляемых официантам и официанткам (Guéguen et LeGoherel, 2000). Карта, на которой написана смешная история, производит тот же положительный эффект (Guéguen, *f*, в печати).

Несмотря на все эти исследования, непосредственно для прикосновения эффект вызова хорошего настроения с помощью тактильного контакта, которое, в свою очередь, воздействует на последующее подчинение просьбе, еще не доказан.

Гольдман с соавторами (1985) продемонстрировали воздействие прикосновения в случае, когда «прикоснувшийся» сам не обращался с просьбой. В их эксперименте первый экспериментатор объявлял студентам, что они должны сдать в университетскую библиотеку учебник. Субъекта, принесшего книгу, экспериментатор благодарил и либо касался, либо не касался него. Затем, спустя несколько минут, к субъекту подходил второй экспериментатор и просил уделить немного времени телемарафону. При отсутствии прикосновения 5% субъектов согласились на просьбу против 40% при условии тактильного контакта. Здесь факти-

чески эффект прикосновения не мог быть вызван более положительным восприятием «прикоснувшегося», поскольку обратившийся с просьбой не был тем, кто осуществил тактильный контакт. Возможно также, что прикосновение вызвало положительную эмоцию, которая, в свою очередь, повлияла на оказание последующей помощи.

Прикосновение и обостренное восприятие потребности. В большинстве исследований, где изучались прикосновение и подчинение, к субъекту подходил незнакомый ему человек и просил о помощи. Следовательно, возможно, прикосновение подчеркивало, что этому человеку необходима помощь, и она ему оказывалась. Многие исследователи альтруистического поведения и поведения помощи показали, что акцент на потребности в помощи, сделанный просителем, способствовал выполнению просьбы, явно или не явно выраженной (Bickman et Kamzan, 1973; Harrel et Goltz, 1980; Mason et Allen, 1973; Taylor, Messick, Lehman et Hirsch, 1982). Недавнее экспериментальное исследование (Guéguen, *b*, в печати) подтвердило, что при манипуляции типом прикосновения и характером потребности получают разные реакции на прикосновение. В этом эксперименте молодые сотрудницы просили людей на улице дать им денег, так как им не хватает мелочи заплатить за автостоянку, а им нужно ехать на важную встречу. При условии прикосновения соучастница прикасалась к субъекту в течение двух секунд, прежде чем изложить свою просьбу. Но здесь использовали два типа тактильного контакта. Во всех случаях соучастница держалась сбоку от субъекта и немного сзади (20 см). При условии прикосновения «настойчиво» соучастница хлопала субъекта по плечу дважды, формулируя свою просьбу. При условии прикосновения «потребность», она держала руку субъекта в своей в течение двух секунд. При контрольном условии тактильного контакта не было. Результаты, полученные при этих трех условиях, представлены на рис. 3.11.

Эти результаты еще раз подтверждают, что обычное прикосновение способствует принятию просьбы. Прикосновение типа «потребность» позволило получить больше помощи со стороны субъектов. Вероятно, этот тип прикосновения усилил восприятие необходимости помощи для просителя. Исследователи поведения помощи показали, что это ощущение необходимости способствует подчинению просьбе или оказанию спонтанной помощи (Bickman et Kamzan, 1973; Harrel et Goltz, 1980; Mason et Allen, 1973). Согласно Вайнеру (Weiner, 1980), подчеркива-

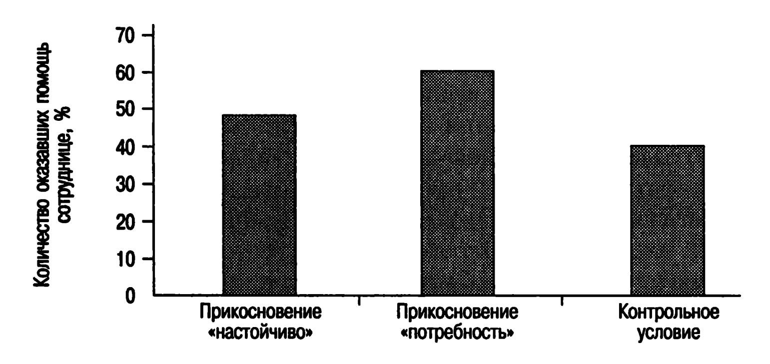


Рис. 3.11. Количество оказавших помощь сотруднице в зависимости от типа прикосновения и отсутствия тактильного контакта

ние потребности — интересное теоретическое объяснение, но, как и предыдущие, оно не объясняет всего. Не совсем понятно, почему воздействует прикосновение, когда с просьбой к субъекту обращается не тот, кто к нему прикасался (Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985). Необъяснимым пока остается, почему прикосновение эффективно в ситуации, где просьба не является просьбой о помощи (приглашение студентов выйти к доске, поведение потребителя и т. д.).

Прикосновение: невербальное поведение, укрепляющее статус. Когда мы касаемся другого, это подтверждает наш статус и приводит к тому, что к нам приходят на помощь. Это самая современная теория, объясняющая или пытающаяся объяснить воздействие прикосновения (Guéguen, 2001*a*). Согласно ей, воздействие прикосновения может проистекать из эффекта атрибуции. Человек, который коснулся другого, воспринимает свой статус как более высокий. Это активизированное чувство ведет к увеличению возможностей влиять, а значит, и увеличивать процент подчинения просьбам. Разумеется, эта теория не может объяснить всех результатов вышеприведенных экспериментов. Однако экспериментальные исследования этой гипотезы содержат данные в ее пользу, что и будет продемонстрировано ниже.

Прикосновение как скрытый индикатор разных статусов. Наиболее важной работой, в которой изучалась связь между разницей в социальном статусе и прикосновением, является работа Холла (Hall, 1996). Оказалось, что прикосновение гораздо чаще инициируется людьми с более высоким статусом по отношению к людям с более низким статусом, чем наоборот. Хенли (Henley, 1973), наблюдая за парами разных полов, рас, профессиональных статусов, возрастов и т. д., показал, что прикосновение чаще инициируется вышестоящими в отношении нижестоящих.

Другие исследователи наблюдали тот же эффект (Hall et Veccia, 1990; Willis et Dodds, 1998). Роль прикосновения как индикатора статуса экспериментально выявили Мейджор и Хеслин (Major et Heslin, 1982). Эти исследователи показывали своим субъектам кадры, на которых были засняты разные пары. В зависимости от условия на них один человек касался или не касался другого. Поскольку поводом для эксперимента было оценивание людей разного пола, то субъектам выдавали опросники, которые регистрировали впечатление от людей, запечатленных на фотографиях. Опросник содержал шкалу измерения статуса. Результаты показали, что в случае, когда один из участников касался другого, им присваивались разные статусы: более высокий у того, который прикасался, и соответственно более низкий — у другого. При отсутствии какого-либо контакта баллы обоих участников были одинаковыми.

Такая же разница наблюдалась в оценке уверенности каждого из них: в экспериментальной группе больше уверенности приписывали касавшемуся, тогда как в контрольной группе эти оценки были идентичными.

Полученные результаты еще раз подтвердили атрибутирование прикасающемуся более высокого статуса. В одном исследовании (Forden, 1981) оценивалось восприятие сторонними лицами пар, собирающихся пожениться. Если невеста касалась плеча жениха, она воспринималась как доминирующий партнер в будущем браке, и наоборот. Все эти исследования указывают на наличие связи между прикосновением и атрибутированием статуса.

Изучение эффекта не ограничилось оценками сторонних людей на основе видео- или фотосъемок. Шторрс и Клейнке (Storrs et Kleinke, 1991) просили своих

субъектов дать оценку человеку, с которым они до этого беседовали. В зависимости от условия этот человек (на самом деле соучастник экспериментатора) представлялся как студент первого курса (статус, равный статусу субъекта) или как студент второго курса (статус более высокий). Соучастник предлагал субъекту заполнить анкету, когда будет свободное время, и начинал беседу, касаясь или не касаясь одну-две секунды плеча субъекта. После беседы субъекта просили оценить соучастника с помощью шкалы прилагательных. Прикосновение способствовало более положительному восприятию, но только в случае высокого статуса соучастника. Было также продемонстрировано, что тактильное поведение связано с воспринимаемым социальным статусом. Леффлер с соавторами (Leffler, Gillepsie et Conaty, 1982) показали, что когда субъекты в парах моделировали ситуацию научения и играли роли профессора и студента, то число тактильных контактов, инициированных членом диады, исполнявшим роль профессора, было намного выше, чем у члена диады с подчиненным положением, в среднем в четыре раза. Это поведение было связано с принятой ролью, поскольку через четверть часа, когда участники менялись ролями, наблюдалось обратное соотношение прикосновений.

Помимо инициации тактильного контакта наблюдались и более тонкие невербальные демонстрации превосходства в статусе. Многие исследователи констатировали (Borden et Homleid, 1978; Chapell, Beltran, Santanello, Takashami, Bantom, Donbovan, Hernandez, Oculato et Ray, 1999) среди 15 тыс. разнополых пар, идущих по улице, держась за руку, что в 80% случаев рука мужчины покрывала руку женщины и только в 20% случаев было наоборот. А ведь положение руки является показателем разницы в статусе (Brown, 1965; Goffman, 1971). Чэпел и коллеги (Chapell et al., 1999) показали также, что в Японии, партиархальной стране (Reischauer et Jansen, 1995), рука мужчины покрывает руку женщины в 93,4% случаев. В отношениях между незнакомыми людьми характер тактильного контакта играет еще большую роль в вынесении суждений, касающихся их личности. Так, Астрем (Aström, 1994) и совсем недавно Чаплин с соавторами (Chaplin, Phillips, Brown, Clanton et Stein, 2000) показали, что способ пожатия руки влияет на оценку личностных качеств. В этом исследовании хорошо видно, как такой контакт, как рукопожатие, постоянно присутствующий в нашей жизни, влияет на нашу оценку личностных характеристик другого человека.

Как мы могли видеть, статус и тактильное поведение тесно связаны. Остается теперь установить, является ли восприятие статуса достаточной каузальной связью между прикосновением и подчинением просьбе. В главе 1 мы приводили многочисленные работы, доказывающие, что статус просителя влияет на выполнение его просьбы, явно или неявно высказанной. Теперь остается показать воздействие, которое оказывает прикосновение, когда манипулируют статусом прикасающегося. К сожалению, прямое влияния статуса прикасающегося на подчинение изучалось мало. Тем не менее анализ литературы позволяет оценить связь между статусом и прикосновением в случае подчинения просьбе. В некоторых исследованиях, которые мы подробно представляли выше, было показано, что прикосновение оказывает воздействие, когда прикасающийся обладает высоким статусом. Стюард и Лупфер (Steward et Lupfer, 1987) продемонстрировали, что если преподаватель во время беседы дотрагивался до студента, то тот впоследствии посвящал больше времени занятиям на курсе этого преподавателя и стремился

получить наивысший балл на экзамене. Таким же образом в эксперименте Гегена прикосновение побуждало студентов охотнее выходить к доске, чтобы решить задачу перед своими товарищами. Велдолл и коллеги (Wheldall, Bevan et Shortall, 1986) также наблюдали, что дети в классе больше слушались учителей, когда их замечания сопровождались тактильным контактом. Известно, что рекомендации медперсонала больницы выполняются тщательнее, если их сопровождает тактильный контакт (Howard, 1988; Witcher et Fisher, 1979). Это означает, по-видимому, что при наличии разницы в статусе прикосновение способствует подчинению просьбе прикасающегося.

В приведенных выше исследованиях просьбы носили неявный характер, и надо еще оценить влияние прикосновения на явно высказанные просьбы. Хотя это прямо и не изучалось, по-видимому, здесь также существует связь между невербальным поведением просителя и его воспринимаемым статусом. Так, Мак-Элрой и Морроу (McElroy et Morrow, 1994) показали, манипулируя статусом с помощью внешнего вида, что индивиду с высоким статусом, который собирал пожертвования в пользу благотворительной ассоциации, давали больше денег, если он был одет строго. Была отмечена и взаимосвязь статуса и дистанции. Так, пожертвования были тем больше, чем ближе физически находился человек с высоким статусом (примерно 25–30 см). Когда же проситель имел более низкий статус, то наблюдалось обратное: сокращение дистанции (меньше метра) вело к уменьшению размера пожертвований. Очевидно, что люди охотнее позволяют другому вторгаться в свое личное пространство, если тот имеет высокий статус. Возможно, это также относится и к прикосновению, поскольку Линн, Ли и Шервин (Lynn, Le et Sherwyn, 1998) показали, что прикосновение официанта к клиенту ресторана оказывает разное действие в зависимости от возраста клиента. Они наблюдали благоприятное действие прикосновения, когда клиенты были моложе официантов, и неблагоприятное действие — когда старше. Ведь в соответствии с негласными правилами прикосновение должно инициироваться старшими (Henley, 1973). Не говоря уже о прямом влиянии статуса, с ним часто ассоциируются такие составляющие, как компетентность, ум и т. д. Так, Бакорн и Диксон (Bacorn et Dixon, 1984) показали, что по окончании первой беседы с терапевтом 50% пациентов выразили желание прийти на второй сеанс в экспериментальном условии (прикосновение) и 30% — в контрольном условии.

Статус прикасающегося и подчинение просьбе. В свете этих работ можно полагать, что статус прикасающегося оказывает особое влияние. Чтобы более глубоко изучить связь между статусом и подчинением, Геген (2001*a*), поставил следующий эксперимент.

Соучастник (в зависимости от условия — либо мужчина 30 лет, либо женщина 28 лет) подходил на улице к пожилым мужчине или женщине. Соучастник сообщал, что проводит опрос по поводу употребления замороженных продуктов, и спрашивал субъекта, не согласится ли он заполнить анкету. В половине случаев, излагая эту просьбу, соучастник касался предплечья субъекта. В зависимости от условия соучастник также был одет либо нейтрально (джинсы, футболка, обувь типа кроссовок), либо более элегантно (костюм с галстуком для мужчины и костюм для женщины).

Как обычно, зависимой переменной был процент принятия просьбы. Полученные результаты представлены на рис. 3.12.

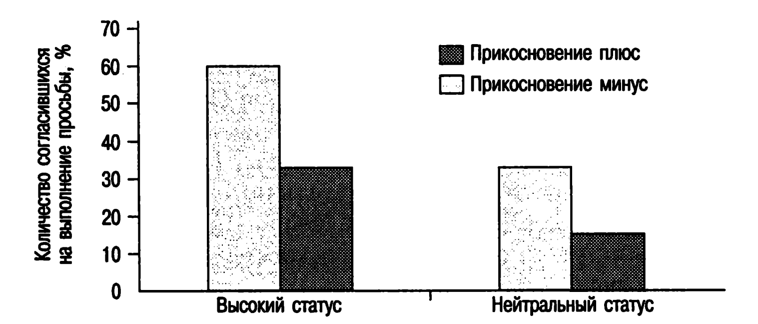


Рис. 3.12. Процент принятия просьбы в зависимости от статуса просителя и наличия/отсутствия тактильного контакта

Можно констатировать, что прикосновение, как и статус, способствовало увеличению подчинения просьбе. Сравнительный статистический анализ показывает, что взаимодействие этих факторов заметно в условии «высокий статус + прикосновение». Можно сказать, что прикосновение лица с высоким статусом к субъекту во время изложения просьбы более всего повышает подчинение.

Это означает, что воздействие прикосновения может быть усилено статусом. Что происходит, если прикасающийся имеет низкий статус? Мы видели в исследовании Линна и коллег (Lynn et al., 1998), как уменьшался размер чаевых, если официант касался клиентов старше себя. Мы уже знаем благодаря Хенли (Henley, 1973), что старшие обычно стремятся воспользоваться своим высоким статусом скорее, чем младшие. Поэтому, чтобы подтвердить эти результаты, был поставлен новый эксперимент (Guéguen, *e*, в печати).

В этом эксперименте повторили ситуацию предыдущего. Соучастник просил людей на улице заполнить анкету по замороженным продуктам. В зависимости от условия он был одет элегантно (костюм для женщины и костюм с галстуком для мужчины), нейтрально (джинсы, футболка, кроссовки) или небрежно (потертые брюки, рваные и грязные, поношенная футболка, взлохмаченные и грязные волосы). Эти формы одежды соответствовали высокому, среднему и низкому статусу. Правильность этой атрибуции предварительно оценивалась на группе из 60 человек, которых просили посмотреть на интервьюера на другой стороне улицы и определить его социальный статус с помощью 9-балльной шкалы от 1 (низкий статус) до 9 (высокий статус). Анализ выявил достаточную разницу для манипуляции внешним видом: в среднем 3,28 для одежды, изображающей низкий статус, 4,83 — для среднего уровня и 6,21 — для внешнего вида, указывающего на высокий статус.

Как и прежде, излагая свою просьбу, соучастник ухитрялся в экспериментальном условии коснуться предплечья человека. Результаты, полученные для трех условий статуса, представлены на рис. 3.13.

И снова мы видим, какое сильное влияние на подчинение оказывают прикосновение и статус. Прикосновение оказывало более сильное воздействие, когда прикасающийся имел высокий статус. Можно видеть также, какой низкий процент принятия просьбы был в условии низкого статуса. Вероятно, опрашиваемые люди старались вообще избежать взаимодействия с просителем. Следовало бы повторить этот эксперимент с менее трудоемкой просьбой, но тем же внешним

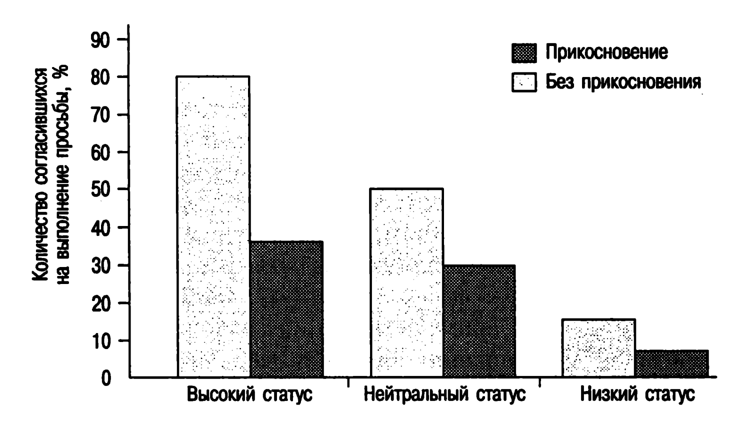


Рис. 3.13. Количество согласившихся выполнить просьбу в зависимости от статуса потребителя и наличия/отсутствия тактильного контакта

видом соучастников. Кроме того, здесь измеряли только подчинение субъектов. Но другие работы показали, что различие в поведении может иметь место даже тогда, когда процент подчинения идентичен во всех группах. Так, Шиво, Шерлок и Виклунд (Schivo, Sherlock et Wicklund, 1974) продемонстрировали, что людям, одетым как обычно или очень небрежно, спрашивавшим, где находится известное субъекту здание, помогло одинаковое количество людей. Однако после подробного анализа этой информации выяснилось, что человек, одетый обыкновенно, вызвал к себе более доброжелательное отношение. Следовательно, статус влияет на поведение субъекта, даже если это не отражается на главной переменной.

Воздействие прикосновения зависит от статуса прикасающегося не только в ситуациях подчинения просьбе. Недавно Фишер-Локу и Геген исследовали влияние прикосновения и статуса прикасающегося в ситуации посредничества. Порядок эксперимента был таким же, какой мы уже подробно представили выше. Посредники — соучастники этих исследователей предлагали компромиссное решение, касаясь субъектов, моделировавших ситуацию переговоров между оппонентами. В экспериментальных условиях манипулировали невербальным поведением посредника (прикосновение или его отсутствие), а также и его статусом: посредник представлялся либо студентом (нейтральный статус), либо преподавателем (высокий статус). Результаты вновь показали, что прикосновение, равно как и статус, способствовало увеличению процента принятия предложения посредника. В условии прикосновения субъекты благосклоннее принимали предложение посредника. То же самое было и в условии высокого статуса. Однако воздействие прикосновения было сильнее, когда статус посредника был высоким.

Все исследования, которые мы здесь представили, достаточно свидетельствовали о связи между прикосновением и воспринимаемым статусом. Исследования, манипулирующие статусом прикасающегося, показали, что получается аддитивный эффект влияния. Разумеется, эти исследования проведены еще слишком недавно, чтобы можно было сделать вывод о том, что статус всегда и везде усиливает влияние прикосновения. Тем более что в одном эксперименте, который мы описывали (Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985), прикосновение воздействовало даже тогда, когда просьба исходила от второго соучастника, а не первого, ко-

торый касался испытуемого. Здесь подчинение было явно не связано с воспринимаемым статусом прикасающегося.

Кто объяснит эффект прикосновения? Мы представили здесь такие теоретические объяснения эффекта прикосновения, которые опираются на некоторое количество экспериментальных работ. Существуют еще и другие теоретические объяснения, которые еще не проходили эмпирической проверки. В некоторых работах указывалось на эффект близости, в соответствии с которым субъект воспринимал касающегося как более близкого, что и располагало первого оказать ему помощь (Kleinke (1977*a;* Goldman et Fordyce, 1983). Конечно, эта гипотеза интересна, но находится пока еще на стадии предположений.

Итак, воздействие прикосновения является очень сильным и наблюдается во многих социальных ситуациях. Оно, как и техники «нога-в-дверях» и «дверью-по-носу», обладает свойством активизировать многие процессы в зависимости от характера просьбы.

Влияние взгляда

«Взгляд говорит о многом», «Я прочитал это в его глазах», «Он умолял меня взглядом»... Эти фразы, касающиеся нашего социального взаимообмена, свидетельствуют о том, что взгляд может иметь особое значение в некоторых социальных ситуациях, причем весьма разное.

Действительно ли взгляд может оказывать определенное влияние и способствовать подчинению? Вскоре мы увидим, что это невербальное поведение, сопутствующее нашим социальным взаимодействиям, может влиять на поведение других людей и способствовать подчинению.

Влияние взгляда на подчинение

Насколько нам известно, Клейнке (Kleinke, 1977a) была первым исследователем, осуществившим эксперимент, в котором изучалось влияние взгляда на подчинение просьбе. В первом эксперименте молодая помощница оставляла на полочке в телефонной будке деньги и выходила. Она ждала, когда субъект войдет туда, возьмет деньги и выйдет. В этот момент она кидалась к субъекту, говоря, что, кажется, несколько минут назад оставила в будке деньги, и спрашивала его, не нашел ли он их. Формулируя эту просьбу, она или смотрела не отрываясь на субъекта, или отводила глаза. Во втором эксперименте та же помощница подходила к субъекту с просьбой дать ей мелочь. При формулировании этой просьбы она либо смотрела на субъекта, либо нет. Полученные результаты восприятия двух просьб представлены на рис. 3.14.

Очевидно, что взгляд способствует повышению степени согласия на выполнение просьбы. Отсутствие визуального контакта, по всей видимости, оказывает отрицательный эффект на восприятие просьбы.

Влияние взгляда при явно высказанных просьбах... Благодаря двум экспериментам Клейнке (Kleinke, 1977a) мы увидели, что взгляд оказывает влияние и способствует выполнению просьбы. Другие работы подтвердили эти первые результаты. Так, Брокнер, Прессмен, Кэбит и Моран (Brockner, Pressman, Cabitt et Moran, 1982) продемонстрировали, что 81% субъектов, на которых влияли

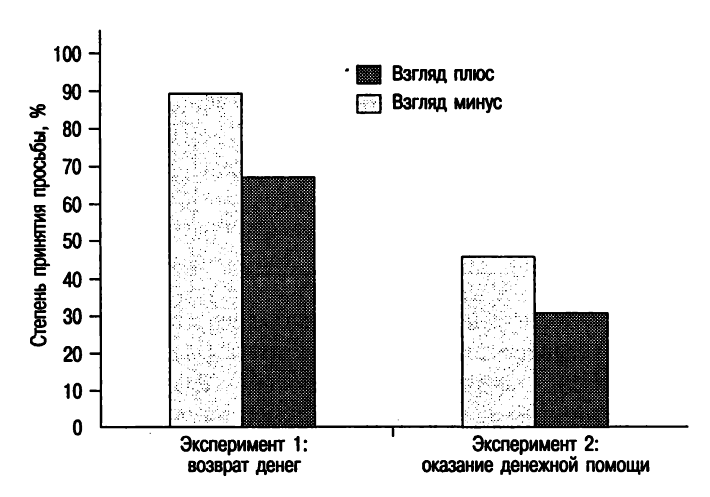


Рис. 3.14. Степень выполнения двух просьб при наличии или отсутствии визуального контакта

взглядом, возвратили деньги, найденные в телефонной будке, против 63% в контрольных условиях.

В целом взгляд способствует повышению степени подчинения просьбе. Известно также, что он ведет к большему вовлечению субъекта. Так, Булл и Гибсон-Робинсон (Bull et Gibson-Robinson, 1981) показали, что средняя сумма пожертвований в пользу гуманитарной организации была больше, если при формулировании своей просьбы проситель смотрел на субъекта (29,2 пенса), чем когда он смотрел в свою коробку для пожертвований (17,0 пенсов).

Конечно же, взгляд оказывает влияние не только в тех ситуациях, где речь идет о просьбе денег. Клейнке и Зингер (Kleinke et Singer, 1979) попросили своего помощника раздавать брошюры прохожим. При условии «взгляд плюс» помощник, протягивая брошюру, смотрел субъекту прямо в глаза, а при условии «взгляд минус» он смотрел вниз или по сторонам. Этот эксперимент был проведен на выборке 1200 человек и показал, что из числа субъектов, подвергшихся воздействию взглядом, брошюру взяли 82% людей, в то время как при отсутствии визуального воздействия — 70%.

Исследования воздействия взгляда проводились и в такой всем нам хорошо известной ситуации, как автостоп. Снайдер, Гретер и Келлер (Snyder, Grether et Keller, 1974) дали указание своим помощникам (молодым женщинам и мужчинам) ловить взгляд водителя машины и поддерживать этот контакт, пока автомобиль едет мимо них. При другом условии помощник получал инструкцию смотреть все время в сторону и никогда — на водителя. Результаты показали, что из всех водителей только 3% остановились, чтобы взять голосующего человека, который на них не смотрел, против 7% при условии визуального контакта. Всего выборка составила более 1200 человек. Морган с соавторами (Morgan, Lockard, Fahrenbrugh et Smith, 1975) подтвердили эти результаты в своем эксперименте, в котором участвовали 6068 водителей. Здесь показатель остановки оценивался в соответствии с полом помощника исследователя. Результаты представлены в табл. 3.20.

Таблица 3.20

Показатель остановки в соответствии с экспериментальным условием и полом голосующего соучастника, %

	Взгляд «+»	Взгляд «–»
Голосующий	10,1	4,8
Голосующая	16,2	6,1

Здесь взаимодействие двух переменных оказалось статистически незначимым.

Прямой взгляд оказывает воздействие и в других контекстах, не только в ситуации оказания помощи или выполнения просьбы. Так, приказание при взаимодействии «учитель—ученик» имеет большее влияние, когда оно сопровождается визуальным контактом. Гамлет, Аксельрод и Кершнер (Hamlet, Axelrod et Kuerschner, 1984) просили учителей смотреть или не смотреть в глаза ученикам, отдавая им различные приказания («Отложи книги в сторону», «Сядь» и т. п.). В обоих случаях учитель благодарил ученика: «Спасибо, Тимоти». Эффективность этих распоряжений оценивалась на месте. В этой ситуации взгляд приводил к тому, что распоряжения учителя выполнялись бóльшим количеством учеников.

...и при неявных. Многими исследователями было продемонстрировано, что взгляд может влиять как на выполнение явно высказанной просьбы, так и на добровольное оказание помощи другому человеку. Так, Эллсуорт и Лангер (Ellsworth et Langer, 1976) показали, что в 83% случаев помощнику исследователя, ищущему на земле контактную линзу, оказывали помощь, если он смотрел субъекту в глаза, и только в 58% случаев — без визуального контакта. В другом эксперименте (Valentine, 1980) молодая женщина с рукой на перевязи вставала поблизости от субъекта на автобусной остановке. Спустя несколько минут она, неловко действуя здоровой рукой, пыталась достать из кошелька деньги. Затем она «случайно» роняла монеты на землю. При условии визуального контакта она смотрела субъекту в глаза в течение примерно пяти секунд, затем отводила взгляд и с трудом наклонялась, чтобы подобрать деньги. При контрольном условии визуального контакта с субъектом не было. Помощница исследователя ждала пять секунд и начинала собирать монеты. При условии визуального контакта помощь оказали 57% субъектов против 33 при контрольном условии.

В других ситуациях взгляд может воздействовать на поведение субъекта еще сильнее. В одном варианте эксперимента второй помощник, стоявший на автобусной остановке, ничего не предпринимал, когда первый ронял монеты. В этом случае при контрольном условии помощь оказали 11% субъектов, тогда как при условии взгляда — 82. В данном случае классический эффект ослабления ответственности, наблюдаемый при контрольном условии, был подавлен визуальным контактом. Из-за пассивности второго помощника социальный контакт, возникший в результате взгляда, был воспринят более отчетливо и, таким образом, подвиг субъекта к оказанию еще большей помощи первому помощнику.

Фактор своевременности вступления в визуальный контакт может также способствовать демонстрации ожидаемого поведения в заданном контексте. Выше было показано, что визуальный контакт учителя с учениками приводит к повышению исполнительности последних (Sommer, 1967). Однако это может быть

связано с тем, что ученики, желающие активно участвовать в занятии, специально выбирают места, способствующие визуальному контакту с преподавателем. Стремясь исключить такую возможность, Капрони с соавторами (Caproni, Levine, O'Neal, McDonald et Garwood, 1977) провели эксперимент, в котором в ходе занятия учитель должен был перемещаться по классу. Место, где он садился, либо способствовало, либо препятствовало визуальному контакту с учащимися. Так, были организованы четыре условия визуального контакта: от расположения лицом к лицу до практически полной невозможности контакта. Затем подсчитывалось количество обращений к учителю или другим учащимся и на этой основе оценивалась включенность учеников в занятие. Результаты весьма красноречивы: при наличии визуального контакта включенность учащихся была в четыре раза выше. Тот же результат был получен в ситуации первого прихода к врачу. Когда врач смотрел на пациента, тот более подробно и откровенно рассказывал о себе и своем заболевании (Jourard et Friedman, 1970).

Таким образом, взгляд действительно способствует демонстрации желаемого поведения, причем этот эффект устойчив во времени. Так, Кэри (Cary, 1978) провел следующее исследование: он приглашал студентов принять участие в эксперименте и, когда они приходили в назначенное время и место, просил их подождать в приемной. Когда один из студентов входил туда, там уже был другой студент. Исследовалось наличие или отсутствие взаимодействия двух этих субъектов с учетом того, смотрел ли первый на второго или нет. Были выделены три типа поведения: отсутствие взаимодействия, краткий обмен репликами и беседа. Результаты исследования представлены в табл. 3.21.

Таблица 3.21

Поведение второго субъекта в соответствии с наличием/отсутствием визуального контакта, установленного первым субъектом

Визуальное поведение первого субъекта	Поведение второго субъекта		
	Отсутствие взаимодействия	Краткий обмен репликами	Беседа
Отсутствие взгляда вначале	61,5	30,7	7,8
Наличие взгляда вначале	31,4	34,3	34,3

Очевидно, что дальнейшее поведение зависит от наличия или отсутствия визуального контакта при первом взаимодействии и при этом визуальный обмен служит призывом к дальнейшему контакту.

Тип взгляда и подчинение

До сих пор в представленных нами исследованиях сравнивались результаты наличия или отсутствия визуального контакта. Однако, когда социальное взаимодействие имеет большую продолжительность, визуального контакта невозможно избежать, не вызвав у собеседника негативной реакции на вас. Поэтому были проведены другие исследования, в которых попытались установить, объясняется ли полученное подчинение поддержкой прямого и открытого контакта с другим человеком или нет.

Линдскольд с соавторами (Lindskold, Forte, Haake et Schmidt, 1977) доказали, что именно прямой взгляд способен вызвать у человека поведение помощи. В их исследовании соучастники, надевшие значки Ассоциации помощи инвалидам, собирали пожертвования на улице. При условии прямой просьбы они устанавливали прямой визуальный контакт с испытуемым и просили его внести свой вклад в благое дело. При условии неличной просьбы соучастник смотрел в сторону, а прошение произносилось так, будто ни к кому не обращалось. Это исследование, проведенное на большой выборке (более 3000 испытуемых), свидетельствует о значимости визуального контакта. Когда соучастники смотрели в сторону, пожертвования сделали всего 3% людей. При условии прямого визуального контакта 34% людей сделали пожертвование.

Конечно, когда взаимодействие носит более личный характер, избежать взгляда партнера невозможно. Возникает вопрос: достаточно ли самого незначительного визуального контакта для получения желаемого поведения субъекта или необходимым условием является поддержание контакта взглядов? Геген и Жакоб (Guéguen et Jacob, 2002) попытались это выяснить, использовав новый тип просьбы. Помощник экспериментатора представлялся студентом, просил субъекта ответить на анкету, касающуюся маркетинга, и говорил, что это его задание. Формулируя свою просьбу, помощник либо смотрел субъекту прямо в глаза, либо его взгляд был рассеянным и блуждающим (как только они с субъектом встречались глазами, он тут же отводил взгляд). Результаты показали, что 66% субъектов согласились на просьбу, когда помощник смотрел им прямо в глаза, против 34% при условии «блуждающего взгляда». Таким образом, именно пристальный взгляд предрасполагает к оказанию помощи.

Механизмы, объясняющие воздействие взгляда

Воздействию взгляда посвящено меньшее количество работ, чем воздействию прикосновения, но его причины более очевидны. Есть два основных подхода к объяснению.

Положительное восприятие «смотрящего». Известно, что произведенное благоприятное впечатление ведет к оказанию помощи, явно или неявно высказанной. Если благодаря прямому контакту «глаза в глаза» мы производим более хорошее впечатление на другого человека, это может объяснить, почему в этом случае, если мы попросим о помощи, нам ее охотнее окажут.

Предположение, что мы склонны положительно оценивать тех, кто на нас смотрит, особенно если смотрят долго, получило эмпирическое подтверждение. Эллсуорт и Карлсмит (Ellsworth et Carlsmith, 1968) поставили следующий эксперимент: экспериментатор и испытуемый садились напротив друг друга для 10–15-минутного интервью. Расстояние между ними составляло примерно 1,2 метра. Темой беседы было влияние порядка рождения ребенка в семье на его личностное развитие. В зависимости от условия в ходе интервью экспериментатор часто (20 раз по 8 секунд в глаза) или редко (4 раза по 5–8 секунд в глаза и 16 раз по 5–8 на уши) смотрел на субъекта. В конце интервью субъекту давали анкету, просили заполнить ее дома и опустить в специальный почтовый ящик. Анкета содержала шкалу оценок, касающихся интервью и интервьюера. Полученные результаты представлены в табл. 3.22.

Таблица 3.22

Средние оценки интервьюера и интервью

	Интервьюер	Интервью
Наличие взгляда	6,05	5,80
Отсутствие взгляда	4,80	5,04

В обоих случаях оценка была более положительной при частых взглядах. Кроме того, отмечена сильная корреляция ($r = 0{,}71$) между двумя этими мерами. Таким образом, взгляд приводит к более позитивному суждению о человеке и о контексте, что способствует выполнению просьбы или демонстрации поведения помощи. Это воздействие взгляда на оценочное суждение было проверено в многочисленных повторениях эксперимента (Kleinke et Taylor, 1991; Knackstedt et Kleinke, 1991), и везде были получены одинаковые результаты: чем больше человек смотрит вам в глаза, тем более положительно вы его оцениваете.

Тот же эффект удалось получить в терапевтических отношениях. В эксперименте Келли (Kelly, 1978) психолог, часто смотревший во время беседы пациентам в глаза, оценивался ими более положительно. Кроме того, Жерар и Фридман (Jourard et Friedman, 1970) выяснили, что взгляд способствует соблюдению пациентом врачебных предписаний.

Клейнке с соавторами (Kleinke, Staneski et Berger, 1975) продемонстрировали, что средняя временна́я продолжительность спонтанной речи субъекта увеличивается в случае постоянного прямого взгляда в сравнении с условиями, когда этот взгляд прерывается или отсутствует. Между тем в данном случае субъект не был поставлен в проблемную ситуацию, так как речь шла о банальном интервью по поводу проведения свободного времени.

То же воздействие взгляда на оценочное суждение наблюдается в ситуациях, когда субъект не состоит во взаимодействии со смотрящим. Так, Брукс, Черч и Фрейзер (Brooks, Church et Fraser, 1986) поставили эксперимент, в ходе которого приглашенные студенты смотрели видеозапись беседы испытуемого с интервьюером, причем последний что-то объяснял первому. Видеофильм показывался без звука, и субъекту говорили, что его задача состоит в том, чтобы сформировать впечатление о другом человеке, основываясь на одном лишь наблюдении за его поведением. Это указание давалось для того, чтобы студенты сосредоточивались на невербальном поведении цели (субъект эксперимента в видеоэпизоде). Эпизод длительностью в одну минуту был снят таким образом, чтобы можно было видеть, куда смотрит целевой субъект. В зависимости от условия он смотрел на интервьюера в течение 5, 30 или 50 секунд из 60 секунд взаимодействия или в сторону. Затем студентов просили оценить целевого субъекта при помощи шкалы, составленной из пар прилагательных (общительный/асоциальный, эгоистичный/благородный и т. д.).

Полученные результаты выявили линейное отношение между продолжительностью взгляда и оценкой: чем дольше субъект смотрел на интервьюера, тем чаще его оценивали как общительного, благородного, разумного/рационального, честного и заслуживающего доверия.. Эти результаты были получены при помощи простого наблюдения и повторены множество раз. К тому же Дрони и Брукс

(Droney et Brooks, 1993) выявили, что целевой субъект оценивался как обладающий наивысшим самоуважением и самоконтролем, когда он долго смотрел на своего собеседника.

Итак, направленный на нас взгляд другого человека или наблюдение за подобным поведением ведет к приписыванию ему более положительных личностных черт. Принимая во внимание сильную связь между положительным восприятием и оказанием помощи (Baron, 1971; Gross, Wallston et Piliavin, 1975; Regan, 1971; Takemura, 1993), можно предположить, что именно этот фактор и способствует влиянию, которое взгляд оказывает на подчинение. Однако доказательства этой гипотезы носят косвенный характер.

Взгляд и доминирование. Другая гипотеза состоит в том, что взгляд, как и прикосновение, является формой невербального поведения, указывающего на статус. Точнее, взгляд может быть сигналом о доминировании смотрящего.

Эта гипотеза была экспериментально протестирована. Так, в одном исследовании (Thayer, 1969) субъект и помощник экспериментатора встречались для трехминутной беседы. В зависимости от условия помощник либо несколько раз достаточно долго смотрел субъекту в глаза (условие длительного взгляда), либо бóльшую часть времени смотрел по сторонам и три раза в минуту смотрел субъекту в глаза в течение двух секунд (условие блуждающего взгляда). После этого взаимодействия субъект должен был оценить помощника с помощью шести пар антонимичных прилагательных (подчиненный/доминирующий, слабый/сильный и пр.). Результаты показывают, что при условии длительного взгляда помощник оценивался как более доминирующий, чем при условии блуждающего взгляда. На вопрос о собственном положении испытуемые отвечали следующим образом: при условии длительного взгляда помощника они считали себя менее, а блуждающего — более доминирующим. Тайер (Thayer, 1969) полагает, что эти результаты, будучи повторенными (Argyle, Levebre et Cook, 1974), подтверждают животную модель выражения доминирования: привилегией доминирующего является смотреть на доминируемого.

Когда человек дольше смотрит на собеседника, он воспринимается как более доминирующий, более энергичный, более независимый, более зрелый и имеющий более выраженные лидерские способности (Brooks, Church et Fraser, 1986). Кроме того, когда он дольше смотрит на интервьюера, он воспринимается как более компетентный. Таким образом, воспринимаемый статус индивида напрямую связан с длительностью его взгляда. Эти результаты были подтверждены в другом исследовании (Dovidio et Ellyson, 1982), причем целевой субъект одинаково оценивался как мужчинами, так и женщинами. Кроме того, эти исследования позволили установить, что смотрящий воспринимается как обладающий большей властью, когда он: а) обращается к собеседнику и одновременно смотрит на него; б) не смотрит на него, как собеседник обращается к нему. Данный результат полностью согласуется с теорией доминирования, связанной с визуальным контактом: важно, чтобы выражение доминирования было сильным при передаче информации и слабым при ее приеме.

Итак, результаты этих нескольких работ показывают, что связь между взглядом и доминированием действительно существует. Атрибутирование авторитета смотрящему на нас человеку ведет к тому, что субъект становится более восприимчивым к его просьбам. Но если в главе 1 было последовательно показано, что

важный фактор, предрасполагающий к подчинению, — атрибутирование законности власти/силе, то влияние взгляда на подчинение остается гипотетическим, так как экспериментальных данных еще недостаточно. Исследования в этой области необходимо продолжать.

Влияние улыбки

Улыбка — наиболее типичная форма невербального поведения в социальных взаимодействиях. Как ни странно, именно этой форме посвящено наименьшее число социально-психологических исследований. Однако в последнее время интерес к этому невербальному поведению возрос. Теории, объясняющие воздействие улыбки, близки к теориям о механизмах воздействия прикосновения и взгляда.

Улыбнитесь — и половина людей улыбнется вместе с вами

Если верить некоторым работам, то улыбка — это социальный акт с высоким уровнем реципрокности. Хинц и Томхэв (Hinz et Tomhave, 1991) показали это на примере 1095 женщин и мужчин, за которыми велось наблюдение в разных ситуациях и разных общественных местах (торговые центры, библиотеки и т. п.). Они просили своих студентов изобразить один из трех типов мимических выражений (улыбка, нейтральное выражение и нахмуренные брови) во время встречи с субъектом. Студенты работали в группах по два человека: один работал с субъектом, а другой наблюдал за мимикой субъекта, т. е. смотрел, отвечает ли последний улыбкой, хмурит брови или выражение его лица остается нейтральным. Результаты представлены в табл. 3.23.

Таблица 3.23

Частота мимических выражений субъектов по отношению к мимике соучастников

Мимическое выражение субъекта	Мимическое выражение соучастника эксперимента, %		
	Улыбка	Нейтральное выражение	Нахмуренные брови
Улыбка	52,6	22,7	13,7
Нейтральное выражение	45,2	73,2	78,9
Нахмуренные брови	2,2	4,1	7,4

На основании этих данных авторы заявляют, что, когда мы улыбаемся другим людям, половина из них улыбается нам в ответ (52,6%), а когда мы хмуримся, это не ведет к эквивалентному мимическому ответу. Таким образом, взаимность (реципрокность) мимической реакции характерна только для улыбки, но не для других мимических паттернов.

Улыбка: женское поведение?

Когда мы говорили о прикосновении и взгляде, мы мало касались половых различий, так как в этих случаях различия были очень невелики. Что же касается улыб-

ки, то здесь дело обстоит совершенно иначе. Работы, основанные на наблюдениях, выявляют большое различие между мужчинами и женщинами как в использовании улыбки, так и в реакциях на нее.

Например, замечены существенные различия между мужчинами и женщинами в частоте использования улыбки. Додд с соавторами (Dodd, Russel et Jenkins, 1999) изучили не менее 16 514 общих школьных фотографий и фотоальбомов выпускников (начиная с первого класса и до студенческих лет) с целью доказать это различие между мальчиками и девочками. Так как на фотографиях часто присутствовал также и преподавательский состав, то мимическое поведение этих людей тоже было изучено. Рассматривались фотографии с 1968 по 1997 г. Исследователи выделили две группы людей: те, кто улыбались, и те, кто не улыбались. Полученные результаты представлены в табл. 3.24.

Таблица 3.24

Количество улыбавшихся мальчиков и девочек в соответствии с возрастом, %

	Детский сад (6 лет)	Подготовительный класс (7 лет)	Начальные классы 1 (8 лет)	Начальные классы 2 (9 лет)	Средние классы 1 (10 лет)	Средние классы 2 (11 лет)	Шестой класс (12 лет)
Мальчики	54	59	66	75	*77*	*72*	*63*
Девочки	59	68	72	79	*89*	*83*	*82*
	Пятый класс (13 лет)	**Четвертый класс (14 лет)**	**Третий класс (15 лет)**	**Выпускной класс (16 лет)**	**Студенты (18–20 лет)**	**Персонал (25–50 лет)**	**Среднее значение**
Мальчики	*55*	*53*	*43*	*65*	*64*	*56*	*60,1*
Девочки	*71*	*74*	*70*	*84*	*87*	*70*	*74,3*

Оценки, выделенные в этой таблице курсивом, соответствуют статистически значимым различиям между частотой улыбки у мужчин и женщин. Как можно заметить, улыбка во время фотографирования для женщин является более типичным поведением.

Кроме различий по половому признаку в частоте улыбки наблюдения за природой последней позволяют увидеть половые различия в ее типе. Так, ДеСантис и Натан (DeSantis et Nathan, 2000) попросили двух судей изучить фотографии студенческих выпусков, личные фотографии в университетских альбомах и фотографии общественных событий, опубликованные в газетах и журналах. Судьи должны были определить, есть ли улыбка, и если она есть, то оценить ее широту. При наличии улыбки она кодировалась по двум категориям: простая улыбка (частичная улыбка со сжатыми губами) и широкая улыбка (абсолютная улыбка, когда видны зубы). Распределение частоты появления этих трех категорий реакции представлено в табл. 3.25.

В данном случае женщины не только улыбаются больше, но они чаще, чем мужчины, улыбаются широкой улыбкой. Кроме того, дополнительный анализ

ДеСантиса и Натана (DeSantis et Nathan, 2000) показал, что, при каких бы обстоятельствах ни делалась фотография, мужчины улыбаются реже, чем женщины. Они изучили эти различия и во временнóй перспективе. Оценивая фотографии, сделанные между 1900 и 2000 гг., ДеСантис и Натан (DeSantis et Nathan, 2000) увидели, что широкая улыбка используется все чаще. До 1940-х гг. для мужчин и до 1930-х гг. для женщин отсутствие улыбки было самым распространенным мимическим поведением во время фотографирования студентов. С 1950 г. очень быстро у мужчин и менее заметно у женщин широкая улыбка стала самым распространенным мимическим выражением.

Таблица 3.25

Распределение типов улыбки согласно полу, %

	Широкая улыбка	Простая улыбка	Отсутствие улыбки
Женщины	78,51	14,35	7,14
Мужчины	58,15	22,21	19,64

Половые различия в использовании улыбки были обнаружены и в другой культуре — в Бразилии (Otta, 1998). Однако данный исследователь, анализируя фотографии, снятые в обычных обстоятельствах (дни рождения, Рождество, свадьбы и т. п.), разделил людей на возрастные группы. Был взят диапазон от двух до шестидесяти лет и более. Здесь тип улыбки был закодирован с помощью шкалы от 1 (отсутствие улыбки) до 4 (широкая улыбка, при которой видны зубы). Полученные данные представлены в табл. 3.26.

Таблица 3.26

Частота и тип улыбки (высший результат = широкая улыбка) в соответствии с возрастной группой и полом

	Частота, %		Тип улыбки	
	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины
2–5 лет	25,0	25,0	1,45	1,50
5–15 лет	65,0	40,0	2,23	1,71
15–20 лет	80,0	46,0	2,63	1,89
20–40 лет	78,0	48,0	2,59	1,86
40–60 лет	61,0	38,0	2,16	1,58
Старше 60 лет	49,0	22,0	1,81	1,35

В то время как между мальчиками и девочками в возрасте от двух до пяти лет нет никакого статистически значимого различия, во всех других возрастных группах наблюдается половая дифференциация касательно частоты и типа улыбки. Таким образом, на примере другой культуры подтверждается, что женщины улыбаются чаще и шире, чем мужчины.

Влияние улыбки на просьбы

Работ, посвященных влиянию улыбки на оказание помощи и на подчинение, довольно мало. Несмотря на это, имеющиеся данные позволяют предположить, что улыбка влияет на степень подчинения просьбам, причем как явно высказанным, так и имплицитным.

В исследовании Гегена изучалось влияние улыбки в ситуации автостопа. Помощник экспериментатора, мужчина или женщина, голосовал на дороге с оживленным движением. В различных вариантах эксперимента помощник то улыбался (минимальная улыбка с сомкнутыми губами), то не улыбался. В исследовании приняли участие 80 водителей; результаты представлены в табл. 3.27.

Таблица 3.27

Количество остановок водителей в соответствии с полом голосующего и экспериментальными условиями

	Улыбка	Отсутствие улыбки
Голосующий	9,0	6,0
Голосующая	19,0	10,5

В этом исследовании все неостановившиеся автомобилисты были мужчинами. В целом улыбка положительно влияла на поведение водителей, но в большей степени этот эффект проявлялся тогда, когда голосовала женщина. Таким образом, субъекты (в данном случае мужчины) восприимчивы к этому мимическому выражению только тогда, когда его носитель — человек противоположного пола. Это продемонстрировали Уолш и Хьюитт (Walsh et Hewitt, 1985), которые использовали ситуацию имплицитного приглашения. Помощница экспериментатора располагалась за свободным столиком в баре и должна была вступить или не вступить в невербальное взаимодействие с присутствующими мужчинами. Она устанавливала визуальный контакт с мужчиной и, согласно условиям, либо улыбалась, либо не улыбалась ему. При контрольном условии не было ни взгляда, ни улыбки. Оценивалось, устанавливал ли субъект контакт с девушкой или нет. Результаты показывают, что если при контрольном условии ни один мужчина не подошел к девушке, то при нескольких взглядах и наличии улыбки 60% мужчин подошли к ней. Кроме того, установлено, что важна именно улыбка, а не количество визуальных контактов, поскольку при отсутствии улыбки подошли только 20% субъектов.

Помимо того что сама улыбка влияет на поведение, значение имеют и ее характеристики. Тидд и Локард (Tidd et Lockard, 1978) продемонстрировали это в следующей ситуации имплицитной просьбы: молодая женщина, официантка в баре, в момент, когда подавала клиенту (мужчине или женщине) заказанный напиток, либо слегка улыбалась ему (одними губами), либо широко улыбалась (улыбка, обнажающая зубы). Затем оценивался средний размер чаевых, оставленных клиентом. Полученные результаты представлены на рис. 3.15.

Широкая, открытая, щедрая улыбка ведет к тому, что чаевые официантки значительно возрастают, особенно если клиент — мужчина.

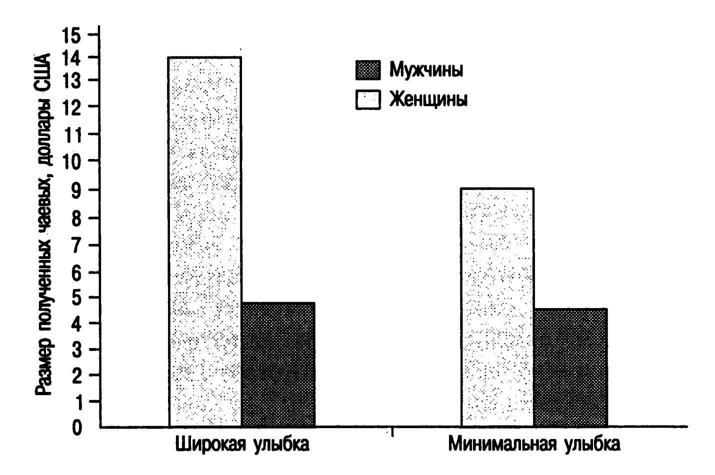


Рис. 3.15. Размер оставленных официантке чаевых (24 субъекта в каждом из четырех условий)

Улыбка оказывает также положительное влияние на людей и в других жизненных сферах. Рассматривая прикосновение и взгляд, мы уже убедились, что эти невербальные поощрения стимулируют учебное поведение. По всей видимости, улыбка может иметь такой же эффект. Эксперимент, осуществленный Клейнфельдом (Kleinfeld, 1973), отлично иллюстрирует важность этого невербального поведения в педагогических взаимодействиях. В этом исследовании со студентами проводились два теста, оценивавших их знания. При первом тесте экзаменатор либо улыбался субъекту и был близко от него (75 см), чтобы установить отношения доверительности (теплые условия), либо экзаменатор находился на расстоянии двух метров и не улыбался субъекту (нейтральные условия). Второй тест проводился через три недели (содержание обоих тестов было разным: один — на умение оперировать числовыми символами, а второй — на умение обрабатывать данные). Оценивался прогресс знаний студентов; полученные результаты представлены в табл. 3.28.

Таблица 3.28

Показатели повышения достижений между двумя экзаменами

	Теплые невербальные условия, %	Нейтральные невербальные условия, %
Первый тест	85,7	12,5
Второй тест	71,4	12,5

Очевидно, что при теплых условиях экзаменатор оказал значительное влияние на достижения субъекта. Однако эксперимент был проведен на небольшой выборке и улыбка здесь была сопряжена с расстоянием, что осложняет оценку влияния улыбки как таковой. Тем не менее, если сопоставить эти результаты с результатами, полученными в работах о прикосновении и взгляде, мы снова получим доказательство того, что невербальное поведение, нацеленное на сближение, положительно влияет на достижения тех, кто является мишенью этого воздействия.

Механизмы, объясняющие влияние улыбки

Воздействие улыбки, как и двух других типов невербального поведения, рассмотренных ранее, изучалось также с точки зрения оценивания. Исследования показывают, что улыбка влияет на оценку улыбающегося и сказывается на настроении того, кому эта улыбка адресована. Два этих фактора оказывают влияние на подчинение и могли бы объяснить, почему улыбка заставляет нас соглашаться на просьбы другого.

Положительное восприятие улыбающегося человека. Мы уже говорили об этом как о причинном факторе, способном объяснить воздействие прикосновения и взгляда. Улыбка не является исключением из этого правила. Исследования подтвердили, что улыбка, так же как и ее тип, чаще всего ведет к более положительному восприятию нашего собеседника.

Этот эффект наиболее очевиден при изучении фотографий. Так, Ло (Lau, 1982) показывал субъектам две фотографии мужчины и женщины, средне привлекательных. В соответствии с условиями на фотографиях эти люди улыбались или не улыбались. Субъекты должны были оценить целевого субъекта при помощи анкеты, которая состояла из шкал, содержавших четыре пункта, связанных с социальной привлекательностью (дружелюбный/недружелюбный и т. д.), и четыре — связанных с эмоциональной оценкой (хороший/плохой и т. д.). Еще одна шкала позволяла оценить приписываемые целевому субъекту умственные способности, а последняя шкала позволяла дать общую оценку (положительную/отрицательную). Полученные результаты представлены в табл. 3.29.

Таблица 3.29

Средние оценки целевого субъекта (более высокое значение = более положительная оценка)

	Фотография с улыбкой	Фотография без улыбки
Социальная привлекательность	19,89	16,94
Эмоциональная оценка	19,25	16,24
Умственные способности	4,74	4,31
Общая оценка	4,65	3,60

В каждой шкале заметно положительное влияние улыбки. Эти результаты были проверены в другой работе (Reis, McDougal, Monester, Berstein, Clark, Seidl, Franco, Gioioso, Freeman et Radoane, 1990). Положительное воздействие улыбки также наблюдалось при оценке физической привлекательности целевых субъектов: люди оцениваются как более привлекательные, когда они улыбаются (Burke, 2001; McGinley, McGinley et Nicholas, 1978).

Кроме наличия/отсутствия улыбки на оценку целевых субъектов влияют и ее характеристики. Так, исследователи просили субъектов оценить фотографии людей, которые в соответствии с условиями не улыбались; улыбались, не обнажая зубы (закрытая улыбка); улыбались, обнажая зубы, но не широко (открытая улыбка) или улыбались очень широко (широкая улыбка) (Otta, Abrosio et Leneberg-Hoshino, 1996). Результаты показали: чем шире улыбка, тем выше оценива-

ется физическая и социальная привлекательность субъекта. Кроме природы улыбки имеет значение и ее частота. Мак-Гинли, Мак-Гинли и Николас (McGinley, McGinley et Nicholas, 1978) просили испытуемых оценить целевого субъекта, изображенного на десяти различных фотографиях. В одном условии субъект улыбался на семи фотографиях, а в другом — только на двух. В этом случае результаты показали, что оценка была тем благоприятнее, чем чаще субъект улыбался.

Подобное положительное влияние улыбки на оценку наблюдалось и в других работах по социальной психологии (Burke, 2001; Dabbs, 1997), что подтверждает устойчивость эффекта. Возможно, что эта положительная оценка, вызванная улыбкой, объясняет более высокую степень принятия эксплицитных и имплицитных просьб. Правда, все вышеописанные исследования основываются только на оценке фотографий, поэтому нелишние было бы узнать, действительно ли человек, который улыбается нам в лицо, также оценивается положительно.

Хорошее настроение как результат улыбки. Хорошее настроение указывается в числе причин, объясняющих эффект прикосновения, но вот влияние улыбки на настроение предметом изучения пока не становилось. Однако известно, что если попросить кого-либо улыбнуться, после этого собственная оценка его настроения будет более положительной. Так, Клейнке и Уолтон (Kleinke et Walton, 1982) выявили: когда субъекта просят улыбнуться по команде во время беседы, это ведет к более положительной собственной оценке настроения, равно как и к более положительной оценке самой беседы. Страк, Мартин и Степпер (Strack, Martin et Stepper, 1988) показали, что если не давать улыбке появиться во время просмотра смешных рисунков (помеха — карандаш во рту), это ведет к снижению воспринимаемого удовольствия. Возможно, что улыбка другого человека оказывает такой же эффект в том числе потому, что вызывает у нас ответную улыбку, но этот аспект еще не исследовался. Тем не менее некоторые работы дают основания считать, что улыбка обладает подобным влиянием.

Некоторые исследования показали, что улыбка влияет на выполнение просьбы субъектом, даже если она исходит от другого человека. Так, в эксперименте Соломона и коллег (Solomon, Zener-Solomon, Arnone, Maur, Reda et Roth, 1981) соучастница, дожидавшаяся лифта в торговом центре, улыбалась либо не улыбалась (контрольное условие) другой женщине. В тот момент, когда обе женщины входили в лифт, появлялась вторая соучастница. Когда лифт начинал двигаться, эта вторая помощница спрашивала, на каком этаже находится галантерейный отдел. Первая помощница не реагировала на вопрос. Результаты показали, что в условии улыбки 70% испытуемых сообщили второй помощнице необходимую информацию, в то время как в контрольном условии это сделали только 35%. Так как вопрос исходил не от того, кто улыбался испытуемым, эти результаты нельзя объяснить более позитивным восприятием носителя просьбы. Скорее здесь дело в индукции хорошего настроения.

Подобным же образом Соломон с коллегами (Solomon et al., 1981) и Геген показали, что улыбка может способствовать оказанию помощи другому человеку, хотя тот, кто улыбнулся, и тот, кто попросил о помощи, — два разных человека. Этот эффект был получен в случае имплицитной помощи. В этом эксперименте помощники исследователей, мужчины и женщины, ехали вверх на эскалаторе и должны были либо смотреть в глаза, либо смотреть в глаза и улыбаться человеку, который ехал на эскалаторе вниз. Два эскалатора были расположены рядом, что

позволяло легко осуществить такой эксперимент. Когда субъект приезжал вниз, второй помощник, находившийся в двух метрах перед ним, «случайно» ронял дискеты, которые рассыпались по земле вокруг него. Помощник, не глядя на субъекта, наклонялся, чтобы их собрать. Как и в предыдущих исследованиях, при условии улыбки первого помощника второму помощнику помогло большее количество субъектов (30%), чем в контрольном условии (20%). Здесь поведение субъекта тоже возможно объяснить только индукцией хорошего настроения, которое предрасположило его к оказанию помощи другому человеку.

Улыбка сближает. Как показали исследования в области социальной психологии, воспринимаемая близость способствует оказанию помощи. Так, Гертнер и Бикман (Gaertner et Bickman, 1971) продемонстрировали, что человек более предрасположен к оказанию помощи человеку с таким же цветом кожи, чем к помощи человеку с другим цветом кожи. Этот эффект наблюдался множество раз независимо от социальных характеристик людей (Bickman et Kamzam, 1973; Wegner et Crano, 1975). Помимо этого, независимо от расовой принадлежности наблюдается бо́льшая предрасположенность к оказанию помощи человеку, принадлежащему к тому же социальному слою (Goodman et Gareis, 1993). Даже схожая манера одеваться увеличивает оказание помощи (Keasey et Keasey, 1971; Suedfeld, Bochner et Matas, 1971). Для индукции поведения помощи достаточно незначительной близости между просителем и субъектом. Так, Геген, Ледреф и Пишо (Guéguen, Le Dreff et Pichot, в печати) продемонстрировали, что, когда фамилия просителя в электронном адресе совпадала с фамилией целевого субъекта, это вело к увеличению степени согласия на выполнение просьбы.

В совокупности эти исследования хорошо подтверждают связь между близостью и оказанием помощи. Поэтому возможно, что этот фактор близости объясняет влияние прикосновения на оказание помощи. Исследование Бодуана с соавторами (Baudoin, Gilibert, Sansone et Tiberghien) показало, что благодаря улыбке человек кажется нам более близким. Исследователи показывали субъектам лица известных людей и людей, совершенно им незнакомых, которые в зависимости от условия либо улыбались, либо нет. Субъекты должны были оценить, насколько близки им люди на фотографиях. Согласно полученным результатам, улыбка вызывала большее ощущение близости, но только в том случае, когда человек был незнаком субъекту.

Таким образом, в этой последней части мы увидели, что самое обычное невербальное поведение способствует выполнению как имплицитных, так и эксплицитных просьб. Теоретические объяснения эффекта, которые мы только что рассмотрели, в данный момент недостаточно убедительны, в частности из-за недостатка исследований. Кроме того, очевидно, что не все можно объяснить с помощью одной-единственной гипотезы. Например, гипотеза близости или гипотеза более положительной оценки улыбающегося нам человека не может объяснить, почему чья-то улыбка предрасполагает нас оказать помощь кому-то другому. Между тем у нас есть эмпирические доказательства того, что улыбка ведет не только к восприятию целевого субъекта как более близкого, но и к более положительному его оцениванию. Кажется, что здесь, как и в случае с другими представленными невербальными вариантами поведения, целесообразно в будущем осуществить исследования, которые позволили бы проверить эти различные гипотезы.

Геген Николя

Психология манипуляции и подчинения

Перевели с французского И. Бондарь, А. Голованова, И. Жук

Главный редактор	*Е. Строганова*
Заведующий редакцией	*Л. Винокуров*
Руководитель проекта	*Е. Цветкова*
Научный редактор	*З. Кораблева*
Литературный редактор	*Г. Барбашинов*
Художественный редактор	*Р. Яцко*
Корректоры	*М. Одинокова, Н. Сулейманова*
Верстка	*И. Смарышева*

Лицензия ИД № 05784 от 07.09.01.

Подписано к печати 04.11.04. Формат 70x100/16. Усл. п. л. 16,77.

Тираж 3000. Заказ 1014

ООО «Питер Принт», 194044, Санкт-Петербург, пр. Б. Сампсониевский, дом 29а.

Налоговая льгота — общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, том 2; 95 3005 — литература учебная.

Отпечатано с готовых диапозитивов в ОАО «Техническая книга»
190005, Санкт-Петербург, Измайловский пр., 29

Николя Геген — доктор психологии, преподаватель-исследователь Университета Южной Бретани (Франция).

На поведение людей влияет множество факторов, которые могут привести как к ужасным поступкам, так и к самоотверженности.

Цель данной книги — описать методы манипуляции и подчинения, которые уже около 80 лет служат объектом научной работы в социальной психологии. Автор объясняет, благодаря каким психологическим механизмам мы подчиняемся сами или подчиняем себе других.

Этот труд предназначен главным образом для специалистов и студентов, изучающих психологию. Тем не менее даже непрофессионалы, интересующиеся проблемами социальной психологии, смогут понять, как мы приходим к тому, что иногда действуем против собственной воли, а иногда, наоборот, манипулируем другими, не замечая этого.

ISBN 5-94723-586-2

